

جامعة أم البواقي

أعمال الملتقى الوطني الافتراضي

التدوين الإلكتروني النسوي في الجزائر

تجارب واقعية ورؤى مستقبلية

إعداد وتنسيق:

د.رحموني لبني

د.صيـــد عـادل



منشورات مركز الطبع والسمعي البصري

الناشر:

منشورات مركز الطبع والسمعي البصري
جامعة أم البواقي

ISBN : 978_9931_9727_0_9
2021

UNIVERSITE OUM EL BOUAGHI
Site web : https://www.univ-oeb.dz

Centre Audiovisuel
Site Web : https://www.univ-oeb/cav
Facebook : https://www.facebook.com/cav.oeb

جامعـــــــة أم البواقي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

فرقة البحث PRFU: " المرأة الجزائرية والفضاء المدوناتي المرئي"

الملتقى الوطني الافتراضي عبر تقنية التحاضر عن بعد Google Meet

" التدوين الإلكتروني النسوي في الجزائر،

تجارب واقعية ورؤى مستقبلية"

يومي 27 و 28 جوان 2021





UNIVERSITE OUM EL BOUAGHI Centre Audiovisuel
Site web : https://www.univ-oeb.dz Site Web : https://www.univ-oeb/cav
Facebook : https://www.facebook.com/cav.oeb



جامعة العربي بن مهيدي – أم البواقي
كلية العلوم الاجتماعيــة والإنسانيــة
قسم العلوم الإنسانية

فرقة البحث: المرأة الجزائرية والفضاء المدوناتي المرئي
N°I02N01U040120200001

الملتقى الوطني:

التدوين الإلكتروني النّسوي في الجزائر
تجارب واقعية ورؤى مستقبلية





27 – 28 جوان 2021



عبر تقنية التحاضر عن بعد
Google meet

الرئيس الشرفي للملتقى	المشرف العام للملتقى	رئيس الملتقى	رئيس اللجنة العلمية
أ.د ديبي زهير	د. العمري عبد الوهاب	د. رحموني لبنى	أ.د زغدود جفول

• إشكالية الملتقى:

تشكل ظاهرة التدوين الإلكتروني واحدة من الظواهر التي فتحت آفاقا عديدة للمواطن في المنطقة العربية من أجل الإدلاء بصوته والتعبير عن اهتماماته وتطلعاته والمساهمة في نقد الممارسات السياسية والسياسات العامة للبلاد، خاصة في ظل انتشار وتطور ممارسة حق التعبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وهو ما مهد الطريق أما عدد مهول من المدونين العرب الذين وجدوا في هذا النوع من الوسائط الجديدة للإعلام متنفسا يعبرون به عن واقعهم والقضايا التي تؤرقهم وتشد انتباههم.

ولعل ما يلفت الانتباه في السنوات الأخيرة، انتشار ظاهرة التدوين عبر اليوتيوب أو المنصات الالكترونية التي تدعم الفيديو، وهو ما يطلق عليه بالتدوين المرئي، فاتجه إليها المدونون الشباب بمختلف أطيافهم، بعد أن كان التدوين الإلكتروني عبر المنصات الأخرى حكرا على النخب الفكرية، واستطاعت المرأة هي الأخرى أن تلج هذا العالم الافتراضي، فصار بإمكانها التعبير عن ذاتها، بعد أن أتاح لها هذا الكيان الاتصالي الجديد فرصا لا محدودة للمشاركة في الفضاء العام الافتراضي لما يكفله من حرية في الرأي والتعبير والمشاركة في الحياة الخاصة أو الشأن العام على حد سواء.

في الجزائر، تساير المرأة على اختلاف انتماءاتها ومستوياتها الثقافية والفكرية انتقال العملية التواصلية بتفاصيلها اليومية من المجال العمومي العام إلى المجال الافتراضي، لاسيما عبر اليوتيوب والمدونات المرئية المختلفة، فتجدها فاعلا رئيسيا بإنشائها لقنوات تنشر فيها ما يسهم في التعريف بالذات النسوية الجزائرية وتجلياتها المختلفة، كما تجدها موضوعا دسما للعديد من التدوينات عبر ذات

المنصات، فضلا عن كونها متلق، يتفاعل مع مضامين اليوتيوب والسناب شات والأنستغرام، وغيرها من المدونات المرئية الأخرى.

ما يهمنا في هذا الملتقى بناءا على ما سبق، هو البحث في علاقة المرأة الجزائرية بالفضاء المدوناتي الإلكتروني عموما، المكتوب منه والمرئي، وعلاقتها كفاعل وكموضوع وكمتلق بهذا المجال الافتراضي الذي بات ينبيء بتغير خصوصيات التواصل داخل النسق الاجتماعي من أصغر لبنة فيه وهي الأسرة وصولا إلى التواصل في إطار المجال العام.

- **- الفئات المعنية بالتظاهرة :**

- أساتذة   باحثون   طلبة
- فئات أخرى : فاعلون في مختلف مؤسسات المجتمع المدني

- **أهداف التظاهرة العلمية :**

- التعرف على أهم القضايا التي تطرحها المدونات الجزائريات عبر مضامين مدوناتهن وتدويناتهن.
- الكشف عن الخصائص والسمات الأساسية للتدوين النسوي في الجزائر.
- معرفة مدى نجاح المدونات في الجزائر في الكشف عن هموم المرأة الجزائرية وقضاياها.
- تحليل واقع ظاهرة التدوين النسوي والكشف عن أبعادها ودلالاتها.
- الكشف عن الكيفية التي يتحول من خلالها التدوين الإلكتروني إلى فضاء عمومي للمرأة وقضاياها.

- رصد ردود الأفعال حول المضامين التي تنشرها المدونات الجزائريات عبر تدويناتهن عن طريق دراسات ميدانية ذات العلاقة.

- **محاور الملتقى:**

المحور الأول: التدوين الإلكتروني النسوي مفهومه ومضمونه.

المحور الثاني: التدوين النسوي وقضايا المرأة.

المحور الثالث: تدوينات الفيديو كمجال افتراضي للمرأة وقضاياها

المحور الر ابع: خصائص وسمات التدوين النسوي في الجزائر

المحور الخامس: دراسات تطبيقية تحليلية وميدانية

- **الهيئات المشرفة على الملتقى**

الرئيس الشرفي للملتقى: أ.د ديبي زهير رئيس جامعة أم البواقي

المنسق العام للملتقى: د. عبد الوهاب العمري / عميد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

رئيسة الملتقى: د. رحموني لبنى

رئيس اللجنة العلمية. أ.د زغدود جغلول

• اللجنة العلمية:

أ.د/ زعدود جغلول	رئيس	جامعة أم البواقي	zdjaghloul@gmail.com
أ.د/ دليو فضيل	عضو	جامعة قسنطينة 3	fdeliou@yahoo.fr
أ.د/ سعدي وحيدة	عضو	جامعة عنابة	saadiwahida@yahoo.fr
أ.د/ دايلي نفيسة	عضو	جامعة أم البواقي	nailinaf10@gmail.com
أ.د/ ضيف ليندة	عضو	جامعة أم البواقي	lindovadeif@yahoo.fr
أ.د/ فيلالي ليلى	عضو	جامعة الأمير عبد القادر	Filali.leila@yahoo.fr
أ.د/ العبدلي أحمد	عضو	جامعة الأمير عبد القادر	ahmedabd@yahoo.fr
أ.د/ بن زروق جمال	عضو	جامعة سكيكدة	benzeroukd@yahoo.fr
د/ حجام الجمعي	عضو	جامعة أم البواقي	hadjameldjemai@gmail.com
د/ جعفري نبيلة	عضو	جامعة أم البواقي	bibi.journ@yahoo.fr
د/ علاق أمينة	عضو	جامعة أم البواقي	allagamina04@gmail.com
د/ تيبو سمية	عضو	جامعة أم البواقي	soumia0705@yahoo.fr
د/ فضلون أمال	عضو	جامعة أم البواقي	fadloune.ame@gmail.com
د/ نوال بومشطة	عضو	جامعة أم البواقي	nawelboum@gmail.com
د/ نوال وسار	عضو	جامعة أم البواقي	ou.nawel59@yahoo.fr
د/ صيد عادل	عضو	جامعة أم البواقي	adelinffo@hotmail.com
د/ جقاقلة نور الدين	عضو	جامعة أم البواقي	djefafla@gmail.com
د/ بوعدان أسماء	عضو	جامعة أم البواقي	asmabouanane@gmail.com
د/ خلالفة زينب	عضو	جامعة أم البواقي	khelalfa.zeineb@gmail.com
د/حدون نزهة	عضو	جامعة ام البواقي	ibtissem-hanoun89@hotmail.com
د/ بوعزيز زهير	عضو	جامعة أم البواقي	zoheirb82@gmail.com
د/ لونيس باديس	عضو	جامعة باتنة 1	badis.lounis@gmail.com
د/ عطاء الله طريف	عضو	جامعة الأغواط	a.trif@lagh-univ.dz
د/ جنات رجم	عضو	جامعة سطيف	r.djenat@yahoo.fr
د/ عرامة كريمة	عضو	جامعة عنابة	k.arama@yahoo.com
د/ دراحي إبتسام	عضو	جامعة قسنطينة 3	d.ibtisseme@yahoo.fr
د/ دحدوح منية	عضو	جامعة قالمة	mouna-doudou@hotmail.com
د/ بوزانة رفيق	عضو	جامعة قسنطينة 3	bouzanarafik@gmail.com

- **اللجنة التنظيمية:**

الرقم	الاسم واللقب	الصفة	الرتبة	الوظيفة	المؤسسة
01	قوجيل نور العابدين	رئيسا	أستاذ محاضر ب	أستاذ جامعي	جامعة أم البواقي
02	هناء عاشور	عضوا	أستاذ محاضر ب	أستاذ جامعي	جامعة أم البواقي
03	مليك محمد	عضوا	أستاذ مساعد	أستاذ جامعي	جامعة أم البواقي
04	بولعام بلال	عضوا	أستاذ مساعد	أستاذ جامعي	جامعة أم البواقي
05	نايلي حسين	عضوا	أستاذ محاضر ب	أستاذ جامعي	جامعة أم البواقي
06	سلمى مساعدي	عضوا	محاضر	عضو فرقة بحث	جامعة أم البواقي

- **مدير النشر:** د/ صيد عادل مدير مركز الطبع والسمعي البصري

تقرير عام عن سير الملتقى الوطني:

"التروين الإلكتروني النسوي في الجزائر"
تجارب واقعية ورؤى مستقبلية

بتاريخ الأحد 27 جوان 2021 بقاعة المحاضرات بكلية العلوم الإجتماعية والإنسانية بجامعة أم البواقي بدأت فعاليات الملتقى الوطني من خلال تلاوة القرآن الكريم وسماع النشيط الوطني، بعدها قدم كلمة في حق الملتقى كل من **رئيس القسم البروفيسور زغدود جغلول وعميد كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية السيد الدكتور العمري عبد الوهاب**، لتطرح بعدهما رئيسة **الملتقى الدكتورة لبنى رحموني** إشكالية الملتقى بمحاوره الأربعة، محيلة بعدها الكلمة **لرئيس الجامعة البروفيسور زهيرديبي** الذي أعلن عن إفتتاح مجريات الملتقى الوطني، وقبل الإفتتاح تم تكريم **البروفيسور صالح بن نوار** بمبادرة من أساتذة قسم العلوم الإنسانية عرفانا بكل ما قدمه في سيرته العلمية والعملية، كما تم تكريم **البروفيسور فضيل دليو ورئيس الجامعة، ورئيس القسم** ليخرج بعدها الجميع في إستراحة.

بدأت فعاليات الملتقى من خلال إلقاء المداخلة الإفتتاحية للملتقى من طرف **البروفيسور ليندة ضيف** تحت عنوان "**المرأة والتدوين علاقة جدلية لأي هدف**؟" والتي حاولت من خلالها طرح أفكار متعددة تتعلق بخصوصية التدوين لدى المرأة عموما والجزائرية خصوصا، والعراقيل التي تواجهها وبأي تأثير على الجمهور المتابع لها، تلى المداخلة الإفتتاحية بداية اشغال الجلسة الأولى للملتقى برئاسة **البروفيسورة نفيسة نايلي** بعد ترحيبها بكل المشاركين الحاضرين في القاعة وكذا عبر تقنية التحاضر عن بعد لتعطي الكلمة **للبروفيسورة رقية بوسنان** من جامعة الأمير

عبد القادر التي تدخلت بمداخلة تحت عنوان **"التدوين النسوي عبر الفضاء الإلكتروني، مقاربة في المفاهيم والأدوار والتحديات** التي تطرقت فيها إلى مفهوم التدوين النسوي في الفضاء الالكتروني، عبر إثارة بعض المفاهيم المشتبه بها أو المتعارف عليها، ثم أدوار التدوين النسوي في الفضاء الالكتروني، وتحدياته.

بعدها قدمت **الدكتورة هناء عاشور** من جامعة أم البواقي مداخلة بعنوان " **Women's blogging a review of concepts and contents** التي تناولت فيها بدايات ظهور المدونات في العالم وكيف أن المرأة عانت من أجل إثبات نفسها في مجال التدوين الإلكتروني بعدما عاشت سنوات في حالة إنكار وإستهزاء بالمحتوى الذي تقدمه، بعدها تحدثت الباحثة عن مميزات التدوين النسوي وماهي المواضيع التي تتناولها المرأة في تدويناتها كالفن، التعليم، الموضة، التغذية الصحية، تربية الأولاد وغيرها من المواضيع التي تهم المرأة لتختم بعدها الباحثة ورقتها البحثية بالكشف عن ما تستفيد منه المرأة المدونة من تدوينها الإلكتروني والمتمثل بالدرجة الأولى الربح المادي والشهرة ، كما أن هذه المدونات أصبحت مصدر مادي من خلال التعاقد مع مختلف المؤسسات من أجل الترويج لسلعتهم أو خدماتهم وأخيرا دعت الدكتورة للبحث أكثر في مجال التدوين النسوي لما يعرفه من تطور وتغير عبر السنوات الأخيرة.

أما مداخلة **الدكتورة سلمى مساعدي جامعة أم البواقي وطالبة الدكتوراه سهام همال جامعة باتنة 1** والمعنونة بـ **المدونات الالكترونية النسائية فضاءات تواصلية لمناقشة مواضيع المرأة المدونات المرئية الجزائرية على موقع اليوتيوب أنموذجا** تهدف بشكل عام إلى الكشف عن علاقة المرأة بفضاءات التدوين عامة وصولا إلى الكشف عن خصوصية التدوين المرئي النسوي باعتباره شكلا مستحدثا من أشكال التواصل التي أتاحتها بيئة التدوين عامة والبيئة الجزائرية خاصة، قامت الباحثتين إلى التطرق للتدوين الالكتروني المرئي أحد أشكال المدونات

الإلكترونية ثم التطرق إلى التدوين الالكتروني النسوي من زاوية الدوافع والحاجات ليتم بعدها إبراز علاقة المرأة العربية بالتدوين الإلكتروني وفي مقاربة تحليلية تم تحليل تواجد المرأة في فضاءات التدوين المرئية وفيها تم الكشف عن الملامح العامة لمدونات المرئية على اليوتيوب وتم إثارة فكرة الهوية الإفتراضية، في حين أن المواضيع المطروحة ضمن المدونات النسائية المرئية على موقع اليوتيوب حسب الباحثتين فيمكن تلخيصها في القنوات ذات الصبغة الشخصية والطابع الحميمي، القنوات المتعلقة بالمواضيع النسائية، القنوات ذات النزعة الإستهلاكية، القنوات الخاصة بالتجوال والسفر، قنوات تعليم اللغة و قنوات تعالج القضايا بطريقة فكاهية وفي الختام ترى الباحثتين أنه يمكن القول بأن ولوج المرأة الجزائرية عوالم البيئة الرقمية بكل ما تحمله من عناصر ومكونات وخاصة عالم التدوين المرئي، أنشأ العديد من الظواهر الاجتماعية المستحدثة التي تحتاج إلى مقاربتها ومسائلتها معرفيا، وغيرها من المداخلات بعدها تم فتح مجال المناقشة بين المتدخلين في ما بينهم برئاسة رئيسة الجلسة البروفيسورة نفيسة نايلي.

أما الجلسة الثانية فكانت برئاسة **الدكتورة زينب خلالفة**، التي قدمت الكلمة مباشرة للمتدخلة الأولى **البروفيسورة ليلى فيلالي جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة عنوان مداخلتها "الجندر وحرية التعبير عبر المدونات" رصد وتقييم لتجارب عربية وجز ائرية** ، تلتها مداخلة **الدكتورة نوال بومشطة جامعة أم البواقي بعنوان "الزواج المختلط في المدونات النسوية المرئية" دراسة تحليلية مقارنة لمدونتي Lyn Unni** و **Jorid Chaz** ، بعدها تدخلت **البروفيسورة زكية منزل غر ابة جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة بمداخلة تحت عنوان " التدوين الالكتروني للمرأة الجز ائرية في الشأن الديني عبر مو اقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لصفحة " صويحبات القرآن" على الفايسبوك** ما تطرحه إشكالية هذه المداخلة

هو ما هي قضايا الشأن الديني من خلال التدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية على موقع الفايسبوك ؟، وقد أظهرت النتائج أن الموضوعات التي تضمنها التدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية عبر مجموعة " صويحبات القرآن" بخصوص الشأن الديني من خلال منصة الفايسبوك تمثل في الآتي: موضوعات تتعلق بالأسرة، موضوعات تتعلق بالقرآن الكريم، موضوعات تتعلق بالعقيدة وكخلاصة لدراستها أكدت البروفيسورة أن تدوين المرأة في هذا المجال بقي رهين الموضوعات الدينية المعلومة من الدين بالضرورة و لم يرق إلى الطرح العميق للقضايا الدينية الكبرى.

مداخلة **الدكتورة أمينة مزيان جامعة باتنة 1** والمعنونة بـــ **"المرأة الرياضية ودورها في تشكيل التوعية الصحية عبر شبكات التواصل الاجتماعي"** حيث رأت الباحثة أن دراستها تبحث عن علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بدور المرأة الرياضية في تشكيل التوعية الصحية عبرها، وبالتحديد شبكة الفايسبوك فهو يعد فضاء إعلامي متكامل الأبعاد يمكن الاستفادة منه وتوجيهه لخدمة أغراض الوعي الصحي من خلال نشر المعلومات، الصور والفيديوهات لتحقيق المعرفة والتوعية الصحية من خلال المساحات العريضة التي يتيحها للمرأة لتبادل الآراء والنقاشات، وكذا أهمية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الصحي ومدى تفاعل الجمهور مع هذه الرسائل الصحية، على اعتبار أن شبكات التواصل الاجتماعي اتضح عمق تأثيرها خاصة بعد الأوضاع الصحية التي شهدها العالم مع انتشار فيروس كوفيد19، من خلال تبيان دورها في نشر التوعية الصحية، ودور المرأة الرياضية في تشكيل المعرفة والتوعية الصحية واللياقة البدنية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

أما مداخلة كل من طلبة الدكتوراه **زهراء حرز الله وأحمد بن قسمية** والمعنونة بـ: **التدوين الالكتروني النسوي بين صناعة المفاهيم الإعلامية وتحرير**

الإبداع الأنثوي. -و اقع الممارسة و آفاقها- تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على التدوين الالكتروني النسوي باعتباره احد أبرز مخرجات الإعلام الجديد الذي جمع بين العديد من التطبيقات وزاوج بين الوسائط الإعلامية المتنوعة، وأشرك المرأة في المشهد الإعلامي مرسلة ومستقبلة، فأتاح لها حرية إبداء الرأي والاهتمام بكل ما يتعلق بشؤون النساء وقضاياهن، حيث قام الباحثين في مداخلتهما تعريف التدوين الإلكتروني، أنواعه وأشكاله كما تم إدراج قراءة تاريخية في نشأة وتطور التدوين الإلكتروني، كما تطرقا لمكونات المدونة وأشهر مواقع التدوين وأدرجا أشهر منصات التدوين الالكتروني المرئي على الانترنت واستخدامات المرأة للتدوين الإلكتروني مبرزان أبعاد فعل التدوين الالكتروني النسوي، وختم الباحثين مداخلتهما بالتطرق لميزات وعيوب التدوين الالكتروني.

بالإضافة إلى مجموعة من المداخلات الأخرى، منها : مداخلة الدكتور صيد عادل وطالبة الدكتوراه فرحاتي أمينة بعنوان: " **صورة المرأة في الفضاء الإلكتروني خلال زمن النزاعات-** الحرب على غزّة أنموذجا -، ومداخلة د/ زينب خلالفة ود/ أسماء بوعنان التي تحمل عنوان: **الرمزية في التدوين المرئي النسوي الجزائري الساخر**(قراءة سيميولوجية لمدونة نهلة TV السطايفية)...

أما **الجلسة الثالثة** التي تمت برمجتها في اليوم الثاني للملتقى بتاريخ 28 جوان 2021 فقد تم دمجها مع الجلسة الرابعة وترأستهما الدكتورة أمينة علاق، التي قدمت الكلمة لأول مداخلة التي تحمل عنوان **اتجاهات مستخدمي الأنستغرام نحو تسويق المنتجات عبرصفحات المؤثرات الجزائريات دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين للدكتورة نزهة حنون وطالبة الدكتوراه سمية بن زكة من جامعة أم البواقي** حيث هدفت دراسة الباحثتين إلى معرفة اتجاهات مستخدمي موقع الأنستاغرام نحو تسويق المنتجات عبر صفحات المؤثرات الجزائريات، ومعرفة

دور المؤثرات في تحديد السلوك الشرائي لعينة الدراسة، وفي إطار ذلك تم الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة، حيث تم توزيع استمارة استبيان تتكون من أربعة محاور على عينة من مستخدمي الأنستاغرام ومتابعي صفحات المؤثرات عبره ، في حين ركز الدكتور حسين نايلي من جامعة أم البواقي في مداخلته المعنونة: **سيميائيات الأهواء من خلال التغريدة النسوية** ، على دراسة التغريدة كنسق دلالي أهوائي. إن الحديث عن الهوى هاهنا هو محاولة لتقليص تلك الفجوة الفاصلة بين المعرفة والحس، فليس الانفعال المرافق للأفعال مجرد رديف عرضي لا يدرك إلا من خلال الفعل ذاته. إننا نسعى للتعامل مع التغريدة على أنها نسق ملئ بالدلالات العاطفية والذكريات و التلميحات للتعرف أساسا على الخصائص العاطفية للتغريدات النسوية على اعتبارها مدونات ورسائل اتصالية ذات تأثير.

أما الدكتورة رحموني لبنى رفقة طالبة الدكتوراه معمري هادية فقد عنونت مداخلتها ب: **تمثلات الذات في مدونات الفيديو النسائية الجزائرية (دراسة تحليلية في تمثلات الذات من منظور إدارة الإنطباعات لإيرفينغ غوفمان)**، وتحدثتا فيها عن تتزايد معدلات استخدام المرأة الجزائرية لمدونات الفيديو، خاصة في التدوين الشخصي، ونقل تفاصيل الحياة اليومية إلى الآخرين، والأمر مرتبط إلى حد كبير بالجاذبية الكبيرة التي تمتلكها منصات التواصل الاجتماعي خاصة المرئية منها، وقد جاءت هذه الدراسة للكشف عن التمثلات التي تحملها المدونات الجزائريات عن ذواتهن، وبالتالي تسويقهن لصورتهن عبر فيديوهات يتم نشرها من خلال اليوتيوب والأنستغرام، بلغ عددها في عينة التحليل 100 فيديو من 20 مدونة، بالاحتكام لنظرية إدارة الانطباعات لصاحبها إرفينغ جوفمان، وقد بينت النتائج أن المرأة المدونة في لجزائر تركز في بناء انطباعاتها عن ذاتها لدى جمهورها على معايير جمالية جسدية مع إهمال واضح للمعايير الأخلاقية، والتعليمية والتربوية.

أما مداخلة **طالبتي الدكتوراه مباركة رحماني ونادية لمهل** من **جامعة أم البواقي** التي تحمل عنوان: "**المرأة الجزائرية المؤثرة في الفضاء السيبراني بين صراع الشهرة والمعايير الأخلاقية**" تهدف إلى تشخيص واقع التدوين المرئي لدى المؤثرات الجزائريات والتقصي عن مدى تلبية المحتويات المقدمة من طرفهن عبر مواقع التواصل الاجتماعي لحاجيات المرأة الجزائرية ومدى ملاءمتها للذوق العام والقيم الاجتماعية والدينية للمجتمع الجزائري . حيث إعتمدت الباحثتين على الإستمارة الإلكترونية كأداة لجمع البيانات حاولتا من خلالها التعرف على آراء النساء الجزائريات المتابعات لمدونات المؤثرات عبر وسائل التواصل الاجتماعي حيث بلغت العينة 41 مفردة من جمهور المتابعات تنوعت بين طالبات وأستاذات جامعيات وماكثات بالبيت.

بالإضافة إلى مجموعة من المداخلات الأخرى تجدونها مرفقة في هذا الكتاب.

بعدها تم فتح باب المناقشة بين المشاركين من خلال طرح الأسئلة والإجابة عليها من أجل إثراء الجلسة العلمية الأخيرة ، لتتم **قراءة توصيات الملتقى** من طرف **الدكتورة هناء عاشور** والتي تضمنت ما يلي:

- ✓ الإهتمام بالتدوين الإلكتروني النسوي موضوعا وظاهرة تستدعي الدراسة العلمية والتحليل الأكاديمي من أجل فهم أبعاد الظاهرة وللإحاطة بمختلف جوانبها (دراسات تحليلية في مضامين هذه المدونات، دراسات على مستوى القائمين بفعل التدوين وأيضا دراسات تتجه إلى المتلقي والمتفاعل معها) بما يخدم إمكانية تغطية هذه الظاهرة الاتصالية الحديثة وتقديم فهم أكثر لأبعادها.

- ✓ الإنفتاح على المزيد من المناهج والأدوات البحثية التي تتناول ظاهرة التدوين الإلكتروني النسوي في البيئة الرقمية والدعوة إلى تأصيل علمي دقيق لمسألة التدوين الإلكتروني من الباحثين من أجل ضبط مصطلحات التدوين الدقيقة التي تميزه عن باقي المجالات كشبكات التواصل الإجتماعي.
- ✓ تثمين النشر العلمي للمداخلات بما يقدم إضافة للباحثين والمهتمين بمجال التدوين الإلكتروني بصفة عامة.
- ✓ تسليط الضوء على ظاهرة التدوين الإلكتروني النسوي الجزائري بالتوازي مع تنامي وتزايد معدلات صانعات المحتوى والمؤثرات ممن استحوذن على مساحة هامة في الفضاء الإفتراضي للوقوف على المواضيع والإتجاهات والإهتمامات الخاصة بالمرأة الجزائرية في الفضاء الإلكتروني.
- ✓ المزيد من الأبحاث التي تتجه لتشجيع انخراط المرأة الجزائرية في المجال العام، وتمكينها من أداء رسالتها النضالية في المجتمع على كافة الأصعدة السياسية، الإقتصادية والإجتماعية.
- ✓ دعوة النخبة النسائية الجزائرية للإنخراط الفعال والإيجابي في سيرورة فعل التدوين كممارسة مستحدثة في البيئة الجزائرية.
- ✓ ضرورة تدخل المشرع الجزائري لضبط مجال التدوين الإلكتروني ولعل ما يساعد عمله هو ضرورة تدخل الفقه القانوني الجزائري بالقيام بالأبحاث والدراسات القانونية لاسيما المقارنة منها، للإستفادة من التجارب التشريعية المختلفة.

- ✓ الدعوة إلى طبعة أخرى لموضوع الملتقى في شكل ملتقى دولي لفتح المجال أكثر للتطرق للتدوين النسوي الإلكتروني من زوايا جديدة ورؤى متعددة.

بعدها تم إختتام فعاليات الملتقى من طرف رئيسته **الدكتورة لبنى رحموني**.

.

الترويج النسوي عبر الفضاء الالكتروني، مقاربة في المفاهيم والأدوار والتحديات

أ.د/ رقية بوسنان (جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة)

b_rokeia@yahoo.fr

مقدمة

ظهرت النسوية باعتبارها أيديولوجية وإطارا تحليليا وإطارا استراتيجيا، فباعتبارها أيديولوجية، فهي لا ترمز للمساواة على صعيد النوع الاجتماعي فحسب، بل لتغير جميع علاقات القوى الاجتماعية التي تقمع وتستغل وتهمش أيا من الأفراد على أساس النوع الاجتماعي أو العمر أو التوجه الجنسي، وعليه فالنسوية تسعى إلى إحداث تحول ينشئ المساواة على صعيد النوع الاجتماعي ضمن نظام اجتماعي جديد تماما، نظام يعيش فيه الرجال والنساء على حد سواء أفرادا أو جماعات باعتبارهم بشرا في مجتمعات تعيش في انسجام مع العامل الطبيعي، وتقوم على المساواة الاجتماعية والاقتصادية وكامل حقوق الإنسان، وتخلو من العنف والصراع والجندرة.

وباعتبارها إطارا تحليليا وضعت النسوية وأعادت تشكيل بعض المفاهيم مثل المجتمع الذكوري (النظام الاجتماعي القائم على منح حقوق الرجل وإقرار امتيازاته) ومفهوم النوع الاجتماعي(علاقات القوى التي يقيمها المجتمع بين الرجال والنساء)، وأنشأت جراء ذلك مجموعة من الأدوات والطرق التحليلية لتفكيك اختلالات القوى الخفية التي جرى تطبيعها بين الرجال والنساء في الهياكل والمؤسسات الاجتماعية المختلفة، (مثل تقسيم العمل المنزلي والإنتاجي على أساس النوع الاجتماعي والسيطرة على جنسانية المرأة وحياتها الإنجابية)، كذلك وضعت النسوية إطارا جذريا جديدا لتحليل الطريقة التي تعمل بها الأشكال المتعددة من التمييز والإقصاء، بصورة

مشتركة وليست تدريجية، في حياة الأفراد (على غرار مفاهيم مثل مفهوم التقاطع والإقصاء الاجتماعي)[1].

وترتبط النسوية العالمية أو النسوية عبر الوطنية ارتباطا وثيقا بإيديولوجيات نظرية الصحافة العالمية، وتناقش آثار العولمة على النساء، يشير أحد التأثيرات المركزية لهذه النظرية إلى تعدد النسويات في العالم وإلى الاتجاه المتزايد للنسويات لتسييس قضايا المرأة خارج الحدود الوطنية لذلك، على غرار الصحافة العالمية، تتعامل الحركة النسوية العالمية مع القضايا التي تتجاوز الحدود الجغرافية والحدود الحكومية في عصر العولمة، وأحد الأمثلة على تنفيذ الحركة النسوية العالمية أو عبر الوطنية هو أن النسويات ينشئن "مجتمعا افتراضيا ، متخيلا، عابرا للحدود الوطنية من الحركات الاجتماعية المتنوعة"، من خلال استخدام الإنترنت وخاصة مواقع الشبكات الاجتماعية، المواقع الالكترونية، المدونات، وغيرها من الأشكال[2].

استخدمت هذه الحركة بصفة فعلية الفضاء الالكتروني من أجل التعبير على توجهاتها الإيجابية أو السلبية، وتبيين مشاغلها واهتماماتها وحاجاتها، المتنوعة، الثقافية والفنية والسياسية والجنسية، فيرى بعض الباحثين (Jones, Johnson-Yale, Willermeier & Pérez, 2009) أنه عندما يتعلق الأمر بالتدوين، فإن النساء أكثر احتمالا من الرجال لإنشاء المدونات، وأقل احتمالا من الرجال للتخلي عنها، وكشفت دراسة أجرتها BlogHer / Compass Partners أن النساء متحمسات جدا للتدوين لدرجة أن العديد منهن سيتخلى عن التقنيات الأخرى من أجل الاستمرار في استخدام المدونات [3].

هذه الجاذبية الواضحة للتدوين بالنسبة للنساء جديرة بالملاحظة بشكل خاص نظرا للخطاب العام المحيط بإمكانية التمكين، ولتسليط الضوء على هذه القضية، يركز البحث على مفهوم التدوين النسوي في الفضاء الالكتروني، عبر إثارة بعض

المفاهيم المشتبه بها أو المتعارف عليها، ثم أدوار التدوين النسوي في الفضاء الالكتروني، وتحدياته.

1- مفهوم التدوين النسوي في الفضاء الالكتروني:

أعرض في هذا المحور المفاهيم التي يؤطرها التدوين النسوي الالكتروني وما يرتبط بها من إشكالات الظهور والتطور، كما هو واضح في العنوان، وأعتمد في النهاية على مفهوم النسوية الالكترونية، كحالة لهذا التدوين، باعتبار الاتفاق حوله، وسيتم عرض هذه المفاهيم كالآتي:

1-1 التدوين الالكتروني:

تعبر حالة حضور المدونات في الفضاء الالكتروني عن ظاهرة حديثة جديرة بالرصد والتحليل والفهم، وقد أصبحت تتيح مساحات للتعبير عن حيز متسع من القضايا والأحداث المتعلقة بمختلف الشؤون العامة ليتأكد عبر متابعة أدوارها إذ أن عدد منها لا يتجاوز نطاق كونه تعبيرا ذاتيا عن رؤى ومواقف شخصية للعمل كساحة يتم من خلالها عرض وإدارة نقاش عام وبلورة توجهات بشأن قضايا ذات أولويات جماهيرية ذلك أن ما يمنح المدونات أهميتها كوسيلة إعلامية جديدة هو تيسيرها لكل الوظائف الإعلامية المتعارف عليها، فضلا عن تطوير سبل تأديتها وزيادة التفاعلية وتواجد صفة الفورية في عملها وتعدد مراكز الاتصال والمشاركة في مناقشة الشأن العام وبصورة غري مسبوقة[4].

2-1 مفهوم النسوية:

يعرفها معجم Webster على أنها "الإيمان بالمساواة السياسية والاقتصادية والاجتماعية بين الجنسين والدعوة لها، والتي يتم التعبير عنها خاصة من خلال النشاط المنظم لصالح حقوق المرأة ومصالحها" [5].

تعرف النسوية أيضا بأنها، مجموعة من التصورات الفكرية والفلسفية التي تسعى لفهم جذور وأسباب التفرقة بني الرجال والنساء وذلك بهدف تحسين أوضاع النساء وزيادة فرصهن في كافة المجالات، والنسوية ليست فقط أفكار نظرية وتصورات فكرية مؤسسة في الفراغ، بل هي تقوم على حقائق وإحصائيات حول أوضاع النساء في العالم، وترصد التمييز الواقع عليهن سواء من حيث توزيع الثروة أو المناصب أو الفرص وأحيانا حتى احتياجات الحياة السياسية من مأكل وتعليم ومسكن وغري، والنسوية هي وعي مؤسس على حقائق مادية وليست مجرد هوية[6].

3-1 التدوين النسوي:

الفعل الذي يسرد الواقع كما يحدث بالضبط دون الالتفات للجماليات السردية، ودون رهان على الانزياحات اللغوية التي تباعد كثيرا بين الدوال والمدلولات، ويتميز بالسطحية[7].

4-1 النسوية السيبر انية، والنسوية الشبكية:

تمت صياغة مصطلح Cyberfeminism في أوائل التسعينيات وفقا لـ (Wajcman، 2006)، ويستخدم لوصف أيديولوجيات المجتمع النسوي الذي تتمثل اهتماماته في الفضاء الإلكتروني والإنترنت والتكنولوجيا، بعبارة أخرى، تشير النسوية السبيرانية ببساطة إلى النشاط النسوي في الفضاء السيبراني، ويرى الباحثون ضرورة استبدال هذا المصطلح بالنسوية الشبكية، التي تصف ظاهرة جديدة وناشئة تستخدم النساء الإنترنت كمنصة لمحاربة التمييز على أساس الجنس، ولا تستخدم الحركة ببساطة لوصف مجموعة واحدة من النسويات، ولكنها مصطلح يستخدم لوصف قدرة النسويات على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والشبكات لجعل أصوات لم تسمع من قبل[8].

5-1 النسوية الالكترونية

ظهرت العلاقة بين التكنولوجيا والنسوية في السبعينيات من القرن الماضي، واعتقدت فايرستون (1976) أن التحالف بين النساء وتطوير تقنيات الإنجاب كان بمثابة ناقلا لإنهاء اضطهاد المرأة، نظرا لأن هذه التقنيات ستحرر النساء من الأنشطة الإنجابية، والتي تعتبرها فايرستون أنها أساس عدم المساواة، وفي الثمانينيات دعا نشطاء آخرون إلى مشاركة أكبر للمرأة في المجالات التكنولوجية كوسيلة لمكافحة الآراء الذكورية والنمطية في مجالات التكنولوجيا، ورأت هذه السلائف للنسوية الإلكترونية أن التكنولوجيا محايدة في الأساس، ومع ذلك فقد عززت الميول الأخرى، مثل النسوية الثقافية الراديكالية، والنسوية البيئية (في كل من نكهاتها الجوهرية والبنائية)، والنسوية الاشتراكية، باعتبارها نوعا معينا يخاف من التكنولوجيا.

بدأت النسوية الإلكترونية في الظهور في التسعينيات[9]، ونشأت ضمن "الموجة الثالثة" من الحركة النسوية ومع ذلك لا يزال المعنى الدقيق غير واضح للبعض، ففي الاجتماع الأول للنسويين السيبرانيين (The First Cyberfeminist International) في كاسل (ألمانيا)، وجد المشاركون صعوبة في تقديم تعريف، ونتيجة للمناقشات اقترحوا بعض التوجهات التي تتنافى مع جوهرها وتتعارض مع أطروحات "مارتن لوثر" حول ماهية النسوية الإلكترونية، منها على سبيل المثال، أنها ليست مؤسسة، وليست أيديولوجية، وليست نزعة[10].

تشير "جيليس" إلى "سوزان هوثورن ورينات كلاين" اللتان تعرفان النسوية الإلكترونية، أولا: بأنها: " فلسفة تعترف أولا، بوجود اختلافات في القوة بين الرجال والنساء على وجه التحديد في الخطاب الرقمي، وثانيا: أن النسويات الإلكترونية تردن تغيير هذا الموقف، ومع ذلك، فالتعريف أكثر قابلية للتطبيق على مفهوم الإنترنت كهيئة وسيطة، هو تعريف "ماري فلاناغان وأوستن بوث" الذي يدعي أنه وارد في موجة جديدة من النظرية والممارسة النسوية، وفي تحدي تشفير التكنولوجيا والتحقيق في

العلاقات المعقدة بين النوع الاجتماعي والثقافة الرقمية"، في حين يتم انتقاد النسوية الإلكترونية باعتبارها متجانسة و "غير متأكدة من منطقتها النظرية" ، يبدو أنها في الواقع قادرة على تزويدنا ببوابة تم إنشاؤها بالفعل للدراسة الموسعة وغير المتبلورة عن المرأة والتكنولوجيا[11].

يمكن تعريف النسوية الالكترونية مع ما سبق من الاختلاف حول المصطلح، كما يذهب بعض الباحثون، على أنها مجموعة من استراتيجيات التواصل الجمالي والسياسي الموجهة نحو الثقافة الإلكترونية، وقبل كل شيء، الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية، هذه النظرة إلى النسوية الإلكترونية واضحة تماما في عمل دونا هاراواي، في الحركة الأدبية/ الثقافية لـ cyberpunk وفي العديد من السياقات الفنية التي كانت نشطة على الإنترنت، منها: ما بعد النسوية، الخيال العلمي، نشاط ما بعد الإباحية وأعمال الشغب[12].

يستخدم مصطلح النسوية الإلكترونية أيضا، لوصف عمل النسويات المهتمات بالتنظير والنقد والاستفادة من تقنيات الإنترنت والفضاء الإلكتروني والوسائط الجديدة بشكل عام، وتعتبر النسوية الإلكترونية سلفا لـ "النسوية الشبكية" ، والتي تشير عموما إلى النسوية على الإنترنت، وهي حشد الناس لاتخاذ إجراءات ضد التحيز الجنسي أو كراهية النساء أو العنف القائم على النوع الاجتماعي ضد المرأة، ومن الأمثلة تلك الحركة عبر الإنترنت "metoo#" في عام 2017 ، والتي كانت استجابة على الشبكات الاجتماعية من النساء في جميع أنحاء العالم لقضية هارفي وينشتاين ، منتج هوليوود الذي اتهم بالتحرش الجنسي بموظفات صناعة السينما[13].

2- علاقة النسوية بالفضاء الالكتروني...الأدوار:

1-2 الإنترنت يغير النسوية

تفتقر الحركات النسوية تاريخيا إلى الشمولية، وغالبا ما تنمو داخل نفسية الطبقة العليا الغربية المحدودة ، بناء على تحدياتها واحتياجاتها الخاصة، وقد مهدت

الثورة الرقمية الطريق لتكرار جديد للنسوية، حيث يمكن للفضاء الرقمي أن يدعم الحركات النسوية الناشطة من خلال تشجيع الإدماج وتحسين إمكانية الوصول في تنظيم العمل الجماعي، كما أنه يساعد في نسج القصص المحلية مع الروايات العالمية لتسليط الضوء على التفاوتات الهيكلية المشتركة، ومع ذلك، في الوقت نفسه، يمكن أن تصبح المساحة الرقمية أيضا أرضا خصبة للتمييز على أساس الجنس وكراهية النساء.

على الرغم من أن الأوساط الأكاديمية لا تزال تشكل العمود الفقري لمعظم الحركات، فقد مهدت النسوية الإلكترونية مسارا جديدا للنشاط النسوي، فالأنترنت يتيح للنساء التعبير عن ذواتهن المادية ويعتبر وسيلة جديدة واعدة وفقا للناشطة النسوية "فيث وايلدنج"، "فهناك ميل على الرغم من العديد من النسويات السيبرانية إلى الانغماس في التوقعات الطوباوية التقنية بأن وسائل الإعلام الإلكترونية الجديدة ستقدم للنساء بداية جديدة لإنشاء لغات وبرامج ومنصات وصور وهويات مرنة ومتعددة، وفي الفضاء السيبراني يمكن للمرأة إعادة ترميز تكنولوجيا المعلومات وإعادة تصميمها وبرمجتها للمساعدة في تغيير الحالة الأنثوية"[14].

2-2 دمقرطة الحركات النسوية...حق ممارسة النضال السياسي:

يمكن اعتبار التدوين النسوي وسيلة أساسية في دمقرطة النساء من خلال النشاط عبر الإنترنت، تسمح المدونات النسوية للأفراد بفهم أن النشاط في العصر الحديث قد تغير، ويسمح للأفراد بدمج القضايا الاجتماعية مثل النسوية، في النشاط السياسي، ويسمح للناس باكتشاف أشكال مختلفة من التصورات النسوية[15].

وترى "جودي ريبيك" أن وسائل التواصل الاجتماعي غيرت الأساليب التقليدية للنشاط النسوي، تقول: "في الماضي، كان علينا الاعتماد على وسائل الإعلام الرئيسية، ومرشح وسائل الإعلام الرئيسية، للوصول إلى الناس، أو نشرنا لصحفنا الخاصة والتي وصلت إلى مجموعة صغيرة جدا من الناس، لذا فإن وسائل التواصل الاجتماعي تصل

إلى عدد أكبر من الأشخاص أكثر مما تمكنت أي حركة اجتماعية من الوصول إليه من قبل"[16]، وتعزز هذه المواقع الحجة القائلة بأن النساء العربيات يستخدمن النسوية الإلكترونية كامتداد لنضالهن على الأرض من أجل الحد من السلطة بين الجنسين ضد المؤسسات السياسية والاجتماعية القمعية والأبوية، وفي نهاية المطاف، تزود النسوية الإلكترونية النساء بأدوات مألوفة تستخدمها بشكل فعال للقضايا الوطنية في الربيع العربي[17].

دأبت النسوية على استخدام الويب لأغراض سياسية لأكثر من عقد من الزمان الآن، ولكن في الآونة الأخيرة ومع انفجار التدوين، توسعت هذه المكانة نسبيا بسرعة، ففي عام 2008 ذكرت BlogHer - أكبر مجتمع مدونات نسائي ينشر 2500 مدونة من قبل النساء - أنه في كل أسبوع، تشارك 36.2 مليون امرأة أمريكية في عالم التدوين، في الشمال، ووجدت هيئة الإحصاء الكندية في عام 2005 أن 68 في المائة من النساء الكنديات يستخدمن الإنترنت[18].

وسعت آلاف النساء اليوم نشاطهن عبر الإنترنت لتضخيم نشاطهن على الأرض في نضالهن ضد القيود الاجتماعية والسياسية، مع الربيع العربي، أطلقت النساء العربيات النشاط السيبراني من خلال الجمع بين النشاط لإدماج المرأة في الحوارات الوطنية ومتابعة حقوق المرأة في إطار النضالات الوطنية المستمرة من خلال حشد الدعم الوطني وإلهام المتابعين في جميع أنحاء العالم، وأصبح التقاطع بين الجنس والثقافة بمثابة تعريف للنشاط السيبراني العربي عبر الحدود والنسوية الإلكترونية[19].

2-3 التحرر من السلطة الذكورية:

تعتبر النسوية الإلكترونية كتعبير عن الخطاب النسوي حول التهميش في الفضاء الإلكتروني، هي وجهة نظر ناشئة في مجال النظرية النسوية التي تهدف إلى التغلب على اختلافات القوة التي تستبعد النساء في المجال الرقمي الذكوري"، فقد سمحت للنساء بالهروب من السيطرة الأبوية للمنظمات المركزية من خلال تزويدهن

بمساحة يمكن أن توجد فيها ذواتهن المجزأة، إن الافتقار إلى المعايير المؤسسية والثقافية مشابه للمساحات غير التقليدية التي أوجدتها الحركة النسائية منذ بدايتها، فالإنترنت في الواقع من بين الفضاءات القليلة خارج السياسة السائدة والتي يمكن الوصول إليها من قبل الأقليات ونشاط المرأة، ومع وجود أكثر من 800 مليون مستخدم على Facebook على مستوى العالم، يتم إنشاء 200 مليون تغريدة يوميا، ونشر آلاف مقاطع فيديو YouTube وتحديثات المدونات والصور، لقد أثبت الفضاء الإلكتروني أنه الفضاء الجديد للأفراد والنشطاء والداعمين ليصبحوا أكثر وعيا ومشاركة[20] ومنهم تحديدا العنصر النسوي.

2- 4 التمكين النفسي و إثبات الحضور:

يؤكد بعض العلماء على المعرفة (بما في ذلك المعرفة الذاتية) والمشاركة باعتبارها من المكونات الرئيسية لتمكين المرأة، بينما اكتشف البعض الآخر جوانبها متعددة الأبعاد، مثل الشعور بأنفسهن الداخلية المتطورة جيدا والمعرفة والكفاءة لاتخاذ الإجراءات بما يتفق مع هذه الذات الداخلية والترابط، وبناء على ذلك، فإن التمكين يعكس ثلاثة محاور رئيسية: الترابط، والإتقان والتحكم في جوانب حياة المرء، والقدرة على إحداث التغيير، وآخر ما تم ذكره يقوم على مفهوم الكفاءة الذاتية، أو تصور قدرة الفرد على إحداث تأثير، ومن المهم التركيز على الجانب النفسي للتمكين، والمشار إليه باسم التمكين النفسي، أي إدراك الترابط والإتقان والتحكم والقدرة على إحداث التغيير[21].

تشير ابتهال بليبل من خلال التعامل مع المدونات النسوية، إلى أن الفضاء الالكتروني أعطى فرصة للمرأة بأن يكون لها صوت مسموع من قبل عدد أكبر من المستخدمين، والدخول في نقاش حول أفكارها، مع وجود مشاكل بطبيعة الحال، يحث تتعمد بعض النساء في المجتمعات المنغلقة إلى إخفاء أسمائهن الحقيقية وتستخدمن بعض العبارات الدالة عليهن والوهمية كمثل (صدى المطر)، (روح أنثى) وهكذا، وتعتبر

المدونات النسوية كمنبر للمرأة للتعليق والتحليل، وفيها قوة وقدرة على إظهار ثقافة المرأة على وجه الدقة، ومن خلالها يمكن إدراك بأن القوالب النمطية للمرأة من الممكن تحسينها وجعل كتابات المدونات النسوية كأبلغ وتأثير على باقي النسوة من دون الاتصال المباشر لهن[22].

يمكن للمرأة من خلال التدوين أن يكون لها صوت للتحدث عن آرائها ومعتقداتها، وهذا يسمح لها أيضا بالمناقشة الصريحة حول وضعها بثقة، ويساعد في تجنب أن ينظر إليها على أنها صامتة أو خاضعة، يمكن أن تناقش النساء الأحداث بثقة، والتمكين لإحداث فرق داخل الحكومات والمجتمعات الدولية من خلال المشاركة، وينظر من خلال التدوين إلى المدونات النسوية على أنها نشاط عام يسمح لأي شخص برؤية الموقف من وجهة نظر مختلفة، على عكس الأشكال التقليدية لوسائل الإعلام التي تناقش المواقف من خلال وجهة نظر محددة قد تبدو وكأنها تأثير ذكوري أو تتجنب مناقشة ذلك، فإن المعلومات من خلال المدونات النسوية تعتبر شفافة وليست محررة من أجل الاستئناف[23].

توصلت "Sedigheh" إلى أن المرأة الإيرانية كنموذج، استطاعت المضي قدما ورفع مكانتها الاجتماعية تدريجيا واثبات ذاتها والانسلاخ من نمطية كونها فقط أمهات وربات بيوت وأن جل اهتمامها متعلق بالأسرة والمنزل، لتصبح محورا أساسيا ومؤثرا في الحياة الاجتماعية العامة، كما أكدت أن وسائل الإعلام الجديدة تقدم فرصا للمرأة تساعدها على تشكيل وبناء هويتها بالاعتماد على ذاتها في المجال العام، ومثال ذلك الخصائص والخدمات التي يقدمها موقع الفيسبوك على اعتباره أحد وسائل الاتصال الحديثة في تشكيل هوية افتراضية ومجال لفرض الذات الشخصية ووسيلة لأرشفة المعلومات والعلاقات الاجتماعية وأداة لتسجيل التفاعلات المستمرة[24].

5-2 التعبيرعن المشاكل و إيجاد الحلول:

تستخدم النسوة التدوين كوسيلة للحصول على المعلومات وفهم المفاهيم أو القضايا، وتتيح المدونات النسوية للفرد الموجود في مجتمع لا يفهم أو لديه الكثير من المعرفة بالقضايا التي تمر بها العديد من النساء، لذلك فهو يسمح للأفراد بالحصول على المعلومات التي قد لا تغطيها العديد من مصادر الأخبار ويسمح للأفراد برؤية نظرة منظور الاختلاف، إن النظرة ليست من منظور غربي، بل من منظور المرأة التي تعيش في ذلك البلد بمعتقدات ثقافية مختلفة عن المجتمعات الغربية، مع قيام النساء بتدوين آراءهن والمصاعب التي يتعرضن لها، تصبح مشاكلهن الشخصية سياسية وعالمية أيضا[25].

يساعد الترابط الذي يمنحه الفضاء الإلكتروني النساء على مشاركة قصصهن عبر الإنترنت، مما مكنهن من سماعها أو قراءتها على الفور من قبل المجتمع عبر الإنترنت، الذي رأى على الفور نمطا من سوء السلوك الجنسي والعنف في جميع أنحاء العالم، مما تسبب في ألم عاطفي وجسدي لكل من الرجال والنساء، أدى هذا الإدراك إلى إنشاء حملات مختلفة على الإنترنت لزيادة الوعي وجمع الأموال لأسباب تتعلق بالمسألة[26].

ويعد "مشروع التميز اليومي على أساس الجنس"، وهو مبادرة عبر الإنترنت أطلقتها الكاتبة البريطانية النسوية "لورا بيتس"، واحدة من العديد من الحركات عبر الإنترنت التي شكلت بداية الموجة الرابعة من الحركة النسائية، وقد شجعت عشرات الآلاف من النساء حول العالم على الكتابة عن التحرش الجنسي والتمييز في مكان العمل وحالات العار الجسدي التي يواجهنها في حياتهن اليومية، تم استخدام حوالي 6000 من هذه القصص، المتعلقة بحالات التحرش الجنسي، لتدريب 2000 ضابط شرطة لمنع حالات التحرش في لندن، كما ساعد في خلق الوعي العام، مع الإبلاغ عن

حالات التحرش الجنسي في وسائل النقل العام في لندن التي زادت بشكل ملحوظ بعد المبادرة[27].

يتيح التدوين النسوي محاربة الأفكار العنصرية، حيث وضعت النسويات البيض قواعد حول كيفية تحدث النسويات البيض مع النساء ذوات البشرة الملونة، على سبيل المثال، بعد اندلاع علامة التجزئة #solidarityisforwhitewomen من Kendall في الخريف الماضي، نشرت سارة ميلشتاين ، المؤلفة المشاركة لدليل Twitter، مقالا على Huffington Post بعنوان "5 طرق يمكن للنسويات البيض معالجة عنصريتنا الخاصة" في مرحلة ما، وجادلت ميلشتاين أنه إذا قال شخص ملون شيئا يجعلك غير مرتاح، "افترض أن عدم ارتياحك يخبرك بشيء عنك، وليس عن الشخص الآخر"، "ابحث عن الطرق التي تجعلك عنصريا، بدلاً من طرق لإثبات أنك لست كذلك" ، اعترفت بجرائمها العنصرية ، بما في ذلك كونها "ودودة للغاية" تجاه السود في الحفلات[28].

6-2 التسويق السلعي المقترن بإنشاء الحميمية:

انتشرت متاجر المدونات النسوية، وهي مواقع على الإنترنت تقوم فيها شابات بعرض الملابس وبيعها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كشكل شائع من أشكال التجارة الإلكترونية، وقادت المدونات أصحابها ونماذجها إلى الثروة والشهرة، ويتداول نجاح blogshops على العلاقات التجارية الحميمة في الممارسات التي يعرفها عالم الأنثروبولوجيا الاقتصادية Robert Foster على أنها "خلق قيمة (مشترك)"، هذا التركيز على شخصية عارضات المدونات يورط كلا من العارضين والمستهلكين في خطاب اجتماعي مثلي حول الأنثوية المشددة، حيث تخضع أجساد النساء لنظرة ذكورية منكسرة تقوم بها النساء في غياب الرجال، وينتج عن هذا الخطاب داخل المجال التجاري تأثيرات قوية ومنضبطة لكل من مستهلكي المدونات والنماذج أنفسهم، مما

يسلط الضوء على التقاطعات الجندرية العميقة للأنوثة والتجارة في العمليات عبر الإنترنت للخلق القيم (المشترك)[29].

7-2 التعليم والتثقيف:

توصلت "cullen" إلى أن النسويات والنساء يستخدمن تويتر كأداة للنشاط بعدة طرق، من أجل التعليم والتمكين والتعبير، كما يستخدمنه لتثقيف المستخدمين الآخرين وتبديد الخرافات حول قضايا المرأة، ونقلت اقتباسات لهذا الاستخدام في مقابلة مع مدونة: "أستخدم تويتر لمحاربة التمييز الجنسي، والخرافات المتعلقة بالاغتصاب، ورهاب المثلية الجنسية، هذه موضوعات سأتحدى الآخرين بشأنها دائما"، كما فعلت العديد من المقابلات الأخرى أيضا، كأداة لتثقيف الآخرين في بيئة غير رسمية عبر الإنترنت[30].

3- تحديات التدوين النسوي عبر الفضاء الالكتروني:

بالرغم من أن النسوية استفادت من الفضاء الالكتروني لتجديد موجتها وإظهاره بمستوى آخر من العمل والتفاعل إلا أنه التدوين النسوي تواجهه عدة تحديات أشار إليها الأبحاث، فالتحيز الجنسي موجود فعلا داخل دائرة المدونات النسائية، و تعليقات الناس على المدونات تعتمد على أساس نوع الجنس وتعكس أنماط مماثلة لتلك التي تبدو واضحة فيها وجها لوجه، فيلاحظ في تعليقات الرجال في أكثر الأحيان نوعا من الرفض والفضاضة في التعليق والقسوة، وفي الغرب استحدثوا فرع يسمى "حقيبة بريد لمكافحة المدونات النسوية"، التي تعلن عن بعضها بأنها غير مهذبة، وتتجاهل القوانين، على الرغم من أن رسائل البريد الإلكتروني التي تحمل أسماء الدعوات التي يتلقينها صاحبات المدونات هي غير منتظمة، ومعظمها من الرجال[31].

لم تجد المساهمات النسوية في الأدبيات الأوسع على وسائل التواصل الاجتماعي، طريقها إلى مجال الدبلوماسية الرقمية على الرغم من أهميتها، حيث أظهرت المنح الدراسية المتزايدة حول النوع الاجتماعي والسياسة عبر الإنترنت أن الأشخاص الذين يُنظر إليهم على أنهن نساء، وخاصة أولئك الذين لا يلتزمون بالقوالب النمطية الجنسانية، غالبا ما يواجهون العنف عبر الإنترنت، وفي تحليلها لتويتر وفيسبوك وإنستغرام، لاحظت Levey (2018) أن "النشر عبر الإنترنت حول النسوية والاغتصاب والتحرش الجنسي والتمثيل السياسي يجتذب أسوأ إساءة على الإنترنت"، إن الأساليب المستخدمة لتخويف هؤلاء الأفراد والجماعات هي إسكات وفضح على الإنترنت[32].

تواجه النساء اللواتي تدون حول السياسة أو يعرفن على أنهن نسويات في ألمانيا وسويسرا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة مخاطر كبيرة من الإساءة عبر الإنترنت، حيث كشفت المقابلات المتعمقة مع 109 من المدونين الذين كتبوا عن السياسات النسائية و/ أو الأسرة و/ أو الأمومة أن 73.4٪ لديهم تجارب سلبية بسبب التدوين و/ أو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ولم تقتصر معظم هذه التجارب السلبية على التعليقات المسيئة فحسب، بل شملت أيضًا المطاردة والمتصيدون والتهديدات بالاغتصاب والتهديدات بالقتل والمواجهات غير السارة خارج الإنترنت[33].

تتعرض المدونات لطلب ممارسات عاطفية، كما تتعرض الكثيرات للشتائم والتهديدات الجسدية الخطيرة في قسم التعليقات للمدونة وغيرها الكثير من التعليقات التي أصبحت أكثر وأكثر عنفا، لنجد أكثر النساء عكفت عن نشر التعليقات التي تتلقاها على مدوناتهن وبعضهن عالج هذه المشكلة بحذف خانة التعليقات وتجميدها، بينما هناك نساء قمن بإلغاء الكثير من المواضيع والمناظرات، وغيرهن توقفن عن الكتابة في المدونة أصلا، ويعتقدن عن تجربة بأن وظيفة المدونة تثير الجدل السلبي أكثر من الإيجابي[34].

خاتمة:

تؤكد الورقة على وجود النسوية الإلكترونية والنشاط السيبراني كأشكال قابلة لإثارة النقاش حول المفهوم والعمل الذي تتميز به، خاصة وقد تم تحويل الفضاء الإلكتروني إلى مساحة متنازع عليها لصراع السلطة وعلاقات القوة بين الجنسين حيث تعمل النسوية الإلكترونية في هذا الفضاء المجزأ للتغلب على اختلافات القوة التي تستبعد النساء من المجالات الاجتماعية والثقافية والرقمية.

تحتاج المجتمعات النسوية عبر الإنترنت الموجودة على مواقع متنوعة إلى توفير أدوات للمشاركة الاجتماعية جنبا إلى جنب مع نوع رفع الوعي الذي يزدهر حاليا، وتتمثل التحسينات المهمة في زيادة الوصول إلى المنصات عبر الإنترنت للنساء في جميع أنحاء العالم ومن مختلف المجالات الاجتماعية والاقتصادية، وإدخال المزيد من مجموعة متنوعة من الموضوعات والقضايا في الحوارات الحالية، والعمل على التعرف على الطرق التي لا تعمل بها التكنولوجيا على تعزيزها والتفاعل معها بشكل نقدي.

وليس بالضرورة أن تشكل الحركة النسوية المتزامنة مع العصر الرقمي الجديد تحديا للعنصر الذكوري كتقابل دنسي، أو تكون دائما في صراع مع المجتمع الأبوي السائد، بل يمكنها أن تقيم ذاتها عن طريق التوجيهات التي تنتقد تواجدها ونشاطها التدويني، فيتشكل لها وعي بما يحيطها من مشاكل وتحديات يمكن التخفيف من حدتها، وذلك من أجل الإسهام في التغيير المطلوب.

تتبنى النسوية الالكترونية عبر الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، الدفاع عن الصمت المطبق بشأن التجارب المريرة للعنف والتمييز القائم على النوع الاجتماعي، حيث تعد الحملات والمدونات عبر الإنترنت من أكثر الأدوات العصرية التي جعلت هذا الحديث ممكنا، ويتوقع أن توسع الموجة الرابعة من النسوية قائمة الاضطهاد والعيوب إلى ما بعد التحرش الجنسي وثقافة الاغتصاب وفضح الجسد بشكل إيجابي، وتحليل

فريد قائم على أسس تجريبية لكيفية تفاوض الجماهير على التحيز الجنسي والنسوية عبر وسائل الإعلام.

يمكن للنسوية الالكترونية أن تعكس اللحظة الثقافية بشكل إيجابي، خاصة عندما تكون وسائل الإعلام مناسبة وتستخدم الرسائل النسوية والأجندة لتحقيق غايات مختلفة، وتحاول قدر الإمكان عدم تعريض الجماهير لأفكار هدامة تتعارض مع قناعاتها وقيمها خاصة في البيئة العربية، فستبعد بذلك المفاهيم التي تعد من المحرمات.

بالرغم من أن النسوية قد أخذت مفهوما سلبيا منذ نشأتها إلى اعتناقها الفضاء الالكتروني، إلا أنه في تقديري فإنها تراجعت حدية الانغماس في التركيز على الجسد واللذات ومحاولات التحرر من السلطة الذكورية، فنجد في التدوين النسوي بعضا من القيم المواجهة نحو الدفاع عن المرأة وتوجيهها، ومحاولة الانخراط في الشأن السياسي بنوع من الوعي والدفاع عن الحقوق المفترضة لكل الفئات، وممارسة العمل التجاري كقيمة مضافة من خلال الترويج للسلع المختلفة من دون إثارة أو لفت الحواس والغرائز.

لا بد من ناحية قانونية أن نؤسس لاستراتيجيات تتضمن الاستجابة لمحاربة وفضح الإساءة، والسلوكات العنيفة ضد المرأة، فالإمكانات الديمقراطية لوسائل الإعلام الاجتماعية في معظم الدول لا تزال عشوائية، والإساءة عبر الإنترنت لا يتم الاعتراف بها بشكل كامل على أنها تشابك للتواصل عبر الإنترنت وخارجه، والتي تشكلت وشيدت من خلال عوامل سياسية واجتماعية وثقافية ودينية، ومنه لا بد من دراسة الظاهرة النسوية الالكترونية بشكل عملي وتجريبي باستخدام مقاربات مختلفة لمواجهة الاعتراف العالمي بإساءة استخدام الإنترنت كجريمة يعاقب عليها القانون.

المراجع:

[11] هند محمود، شيماء طنطاوي، نظرة للدراسات النسوية، 2016، متاح على الرابط:

https://docs.euromedwomen. foundation /files/ermwf-documents/7236_3.200.guideofyoung feministinitiatives-nazra.pdf.
[2] *Emma Cullen, Feminism and Twitter A Study of Feminist activity for social change in the global Twittersphere, Örebro University School of Humanities, Education and Social Sciences 31st May 2013, https://www.diva portal.org/smash/get/diva2: 647457/FULL - TEXT01.pdf, p12.*
[3] *CS. Shyam Sundar, Does Blogging Empower Women? Exploring the Role of Agency and Community armen Stavrositu* , First published: 13 September 2012.*https://doi.org/10.1111/j. 1083-6101.2012.01587.x.*

[4] فريد صالح فياض، الانترنت وصحافة المدونات الالكترونية، مجلة الباحث الإعلامي، ع81 ،كلية الآداب: جامعة تكريت،2018، ص881.

5https://www.merriam-webster.com/dictionary/feminism .

[6] هند محمود، شيماء طنطاوي، مرجع سابق.

[7] رفقة محمد دودين، التدوين النسائي، جريدة الرأي، 02/24 /2012، http://alrai.com/article/25847.html

8 Emma Cullen, op,cite, p13.
9 Carolina Branco de Castro Ferreira, Feminisms on the web: lines and forms of action in contemporary feminist debate, Cad. Pagu no.44 Campinas Jan./June 2015, http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332015000100199.
10 ***Council of Europe,*** *Feminism and Women's Rights Movements, https://www.coe.int /en/web/gender-matters/feminism-and-women-s-rights-movements.*
11 Vera Hinsey, Girls Get Digital: A Critical View of Cyberfeminism, On Our Terms: The Undergraduate Journal of the

Athena Center for Leadership Studies at Barnard College Vol. 1, Iss. 1 (2013), Pp. 25 – 32, https://core.ac.uk/download/pdf/161446356.pdf

12 Carolina Branco de Castro Ferreira, OP.Cite.

13 ***Council of Europe,*** *OP,Cite.*

14 SHRUTI JAIN, The Rising Fourth Wave: Feminist Activism on Digital Platforms in India, https://www.orfonline.org/research/the-rising-fourth-wave-feminist-activism-on-digital-platforms-in-india/

[15] إدوارد أبالكو، المدونة النسوية، Wikipedia site:ar.nipponkaigi.net

16 Ronak Ghorbani , Tweeting feminists exploring feminism and social media, April 15, 2010, https://archive.is/20130123061304/http://www.fem2pt0.com/2010/04/15/tweeting-feminists-exploring-feminism-and-social-media/#selection-143.0-143.14.

17 Rita Stephan, Cyberfeminism and its Political Implications for Women in the Arab World, https://www.e-ir.info/2013/08/28/cyberfeminism-and-its-political-implications-for-women-in-the-arab-world/

18Ibd.

19 Rita Stephan, Creating Solidarity in Cyberspace: The Case of Arab Women's Solidarity Association United, Journal of Middle East Women's Studies, Vol. 9, No. 1 (Winter 2013), pp. 81-109 (29 pages), Published By: Duke University Press, https://www.jstor.org/stable/10.2979/jmiddeastwomstud.9.1.81?seq=1.

20 Rita Stephan, Cyberfeminism and its Political Implications for Women in the Arab World,op,cite.

21 Carmen Stavrositu, Does Blogging Empower Women? Exploring the Role of Agency and Community, https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2012.01587.x.

[22] ابتهال بليبل، المدونات النسوية نوع آخر يحدد وضع المرأة، ، الحوار المتمدن-العدد: 2710 - 2009 / 7 / 17 - 09:35،

https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=178423

[23] المرجع نفسه.

24 Karimi Sedigheh, Iranimi women's identify and Cyberspace ,Case Study of Stealthy freedom- Joournal of Social Science Studies,University of Melbourne, vol 2, n01, 2014, Australia. http://www.macrothink.org/journal/index.php/jsss/article/view/6284/5399.

[25] إدوارد أبالكو، المدونة النسوية، مرجع سابق.

26 Negar Shiva , Zohreh Nosrat Kharazmi, The Fourth Wave of Feminism and the Lack of Social Realism in Cyberspace, epartment of American Studies, Faculty of World Studies, University of Tehran, Tehran, Iran, 10.22059/JCSS.2019.72456, https://jcss.ut.ac.ir/article_72456.html.

27 SHRUTI JAIN, Op, Cite.

28 Michelle Goldberg, Feminism's Toxic Twitter Wars, JANUARY 29, 2014, https://www.thenation .com/article/archive/feminisms-toxic-twitter-wars/

29 Crystal Abidin a , Eric C. Thompson, Buymylife.com: Cyber-femininities and commercial intimacy in blogshops , Women's Studies International Forum 35 (2012) 467–477, https://profile.nus.edu.sg/fass/socect/ 2012%20abidin%20and%20thompson%20wsif% 20cyber-femininities.pdf

30 Emma Cullen, op,cite, p 21.

[31] ابتهال بليبل، مرجع سابق.

32 Katarzyna Jezierska, Incredibly loud and extremely silent: Feminist foreign policy on Twitter, First Published March 29, 2021 https://journals.sagepub.com, /doi/full/ 10.1177 /00108367211000793.

33Stine Eckert, Fighting for recognition: Online abuse of women bloggers in Germany, Switzerland, the United Kingdom, and the United States, First Published January 29, 2017, https://journals.sagepub.com /doi/ 10.1177/1461444816688457 .

[34] إبتهال بليبل، مرجع سابق.

Women's blogging

A review of the concepts and contents

د. هناء عاشور(جامعة م البواقي)

The abstract:

This research paper is a study that examines the concepts and contents by researching the phenomenon of electronic blogs which is widespread in general and women's blogs in particular, as we seek to know more about what women blogs are, the advantages of women's blogging and what the topics covered are as well as revealing the benefits of these blogs for women and that it can help us as research to read well where women's blogging is going on in the future.

الملخص:

تتمثل تفاصيل هذه الورقة البحثية في أنها دراسة تبحث في المفاهيم والمضامين من خلال البحث في ظاهرة المدونات الإلكترونية التي تعرف انتشارا واسعا بصفة عامة والمدونات النسوية بصفة خاصة، حيث نسعى للتعرف أكثر عن ماهية المدونات النسوية، مميزات التدوين النسوي وماهي المواضيع المتناولة فيه وكذا الكشف عن الفوائد التي تنتج عن التدوين بالنسبة للمرأة، كل هذا سيساعدنا كباحثين للتنبؤ أكثر بمستقبل المدونات النسوية.

***I - Introduction**:*

The new media have brought a vast and immense change in our contemporary society proliferation of new media in the last decade has provided many opportunities for people to express themselves, beliefs and thoughts among the most important means of expression are blogs which have witnessed significant growth in recent years.

Blogging is the hottest trend on the Internet, many scientific and analytical studies have been conducted to blogs in order to identify the various details of this phenomenon, despite the clear control that men had at the beginning of the spread of blogs, women were able to enter the field like men by creating content that is in line with the nature of blogs on the one hand and the concerns of women on the other hand. The concept of women's blogging has been accompanied by many difficulties and other branching concepts that require study and further delve into the extent of its effectiveness and its service to women's issues.

Through this research paper, we try to learn more about the phenomenon of electronic blogging in general by uncovering the

beginnings of the emergence of blogs and their types, and further addressing the concept of women's blogging in particular therefore, this study started with many questions as:

- What is the concept of women's blogging?

- What are women's blogging topics?

- What are the benefits of women's blogs?

To answer these questions, we decided to conduct a theoretical study in which we would look at everything related to blogs in general and women's blogs in particular but before that we will try to show the objectives and importance of this study.

- Objectives of the study:

This study was carried out in order to reach a set of objectives represented by:

- To know the real meaning of the concept of women's blogging.

- To discover what kind of topics women, prefer to write about.

- To find out the benefits of women's blogs.

- Importance of the study:

The importance of this research paper is shown by the importance of the subject itself, which is considered one of the most important phenomena that resulted from the emergence of the Internet which is the electronic blogs that are experiencing great growth and wide spread, and we have chosen to delve into more women's blogs in order to learn more about the reality of this

concept as well as the nature of the topics that women prefer to write about and all of this can help us to expect the prospects and future of women's blogs.

II- Blogging: an overview:

1- Definition of blogging:

In March 2003, the ***Oxford English Dictionary added blog*** *(both noun and verb) and web log to its corpus, drawing from an electric set of definitional references. Their definition of blog notes that: "Blogs... contain daily musings about news, dating, marriage, divorce, children, politics in the middle east ..or millions of other things or nothing at all" and "To blog is to be a part of community*

of smart, tech-savvy people who want to be on the forefront of a new literary undertaking" [1]*. The term "weblog" is a portmanteau of "web" and "log", in 1999,* ***Peter Merholz*** *split the word into the phrase "we blog" in the sidebar of his website.*[2]

In other hand, we can define blogs that they are widely heralded as an alternative to mainstream media as they provide a forum for "ordinary" people to share their own perspective and experiences with other Internet users. Blogs and other Internet social networking facilities afford individuals, networks and organizations the opportunity to communicate with each other quickly, share information and other resources and collaborate o pool their collective knowledge. In particular, blogs provide arenas for discussion, dissent and debate which can translate into knowledge and a feeling of empowerment that is critical for social transformation and development.[3]

After including these definitions of blogs, it should be noted that there are many who get confused between blog and notebook so we will try to show the most significant difference between them, blogs can be read by audiences but the notebook writing was based one's privacy and private space but a blog was written under the audience observation and disseminated in the virtual sphere. [4]

However, there are major differences between blogs and general Web pages. For example, blogging does not require programming knowledge since many types of Weblog software (software designed to simplify the creation and maintenance of blogs) are readily available. Some software tools are free, open source software (e.g., Apache Roller18, LiveJournal19, WordPress 20). Others that are pro-prietary may require purchase of a user license, depending on the intended use (e.g., Telligent Community 21, Windows Live Writer and Windows Live Writer team blog22, Traction TreamPage23). Blog hosting services that are operated by the developer allow users to blog without having to install special software (e.g., Blogger, MySpace, Open Diary 24). [5]

Finally, it could be said that blogs are commonly defined as frequently modified web pages in which dated entries are listed in reverse chronological sequence.[6]

Blogs typically have ***three main*** *characteristics:*

- Blogs have original content in posts written by an author or authors.

- Blogs usually link to other blogs. This list of links or "blogroll" enables blog authors to ad others' blogs to their site, creating networks or communicates of blogs called the "blogpsphere".

- Most blogs have an inter active component, allowing readers to comment on post.[7]

2- Blogging history and statistics:

When blogging started in the US in the late 1990's, participants needed sufficiently strong programming skills to build and maintain their own sites. As inexpensive and free software to

support the practice became widely available, blogging spread rapidly. The blogosphere has grown and diversified from a white, well-educated, US male-dominated community to ordinary people of both sexes from a wide range of age groups, countries and socio-economic backgrounds.

So blogs are reported to have begun in 1997 and continue to increase ever since, by December 2007, ***Technorati*** *was tracking more than 112 million blogs and* ***Blogpulse****, as popular blog analysis and search engine on July 13, 2009 and found 112,326,499 blogs in the world. About a year later, on August 3, 2010,* ***Blogpulse*** *identified 144,217,571 total blogs.*[8]

By the end of 2011 there were over 176 million public blogs operating in the world 1 p1, blogging has growth by 12% since 2015. At this moment, there are roughly 1.9 billion web pages, the

average blog post is 1151 words that's a 42% increase in the last 5 years [9] *and it has been reported that there are nearly 79 million women online and of those there are 23 million women blogging.*[10]

3- Types of blogs:

A number of blog types exist; it's likely that a particular blog maybe categorized as more that one type, in fact, some many fit into multiple categories:

- ✓ ***Fashion blogs:***

A typical fashion blog deals with lots of items such as items of clothing and accessories, apparel market trends, including haute couture, prêt-à-porter, etc., celebrity fashion tastes and the high street fashion trends.[11]

Fashion blogs are one of the most popular types of blogs on the internet. It's a big industry with a huge global audience. Fashion bloggers get invited to major events; receive special perks,

merchandise, and even business deals by top fashion brands These types of blogs are good for creative people with a keen eye for style and fashion.

- ✓ ***Food blogs:***

Food blogs are another popular blog type. It attracts a lot of readers who are interested in recipes, ingredients, healthy eating, fine dining, and other food related stories. Many food bloggers just start with something as simple as their local restaurant reviews. However, as their blog grows so does their interests and target audience. They start covering other food related topics as well.

- ✓ ***Travel blogs:***

Travel blogs are becoming more popular each day. Due to cheap air travel, people are traveling more than ever, and they are

always looking for travel tips, advice, and destination guides. These blogs make it easy for other travelers to learn about a destination they have never been to.

- ***Music blogs:***

Music blogs has a wide audience who search for critiques on the best and trending music. Music lovers enjoy songs from different languages, cultures and norms. The music industry has big potential for bloggers to write about different types of music like ***jazz, pop, heavy metal, famous singers, and more****.*

- ***Lifestyle blogs:***

Lifestyle blogs are the most popular type of blogs you can find online. They have a variety of readers, interested in topics ranging from culture, arts, local news, and politics. This gives the blogger a wide range of topics to cover, making it easier to plan

their content strategy. Lifestyle bloggers get opportunities to be an influencer, write for other publications, become a speaker, and partner with businesses who are working to make a difference in the society.

- ***Fitness blogs****:*

Fitness blogs has been a hot trend since they cover important topics like health and general fitness. People all over the world rely on the internet to seek advice on how to stay fit. These types of bloggers/instructors write about diets, diet plans, workouts, supplements, and more. Fitness bloggers can also create video content to explain different exercises to their audience

- ***DIY blogs:***

DIY blogs are very interesting and have a huge audience. It has multiple sub-types like arts and crafts, construction, wood-work, metal-work and more. These interesting DIY activities would

encourage visitors to try new stuff and share it with the trainer/blogger. DIY blogs may involve a lot of communication which is great for blogging.

- ***Sports blogs:***

Sports blogs are another interesting type of blogs online. Every country in the world has different sports and every sport has its own stars. Sports blogging may also include bloggers who are writing paid content for teams, athletes, and other organizations. The other format in sports blogging is to write about latest events all over the world. Furthermore, bloggers share live status of multiple sports on their Twitter accounts automatically linked to the blogs.

- ***Finance blogs:***

A lot of us need help and advice to manage our finances efficiently. This gives finance blogs a wide audience ranging from serious investors to families trying to save for a better future. Personal finance blogs share advice for businesses, investors, startups, individuals and families. It's a good blog niche for the people interested in the complex world of managing money and generating wealth.

- ***Political blogs:***

Political blogs have perhaps the most passionate audience of all. They cover news on politics, analysis of political news, and can quickly build a very large engaging audience Mom blogs and dad blogs have different styles of writing. These blogs may involve activities with kids, guidance on food, techniques for early home education and more.

- ***Business blogs:***

Business blogs are the professional blogs related to the corporate agencies, industries and others. They offer a casual way to communicate with customers and educate them about a business's product or service.

- ***Personal blogs:***

Personal blogs belong to individual writers who share their experiences, adventures, and daily life with their audience. The purpose of personal blogging can be anything like making a difference through positive stories or influencing readers with own views.[12]

Understanding personal blogs is important because women are more likely than men to write them, so examining only filter blogs can tend to focus almost exclusively on male bloggers.[13]

- ***Movie blogs:***

Movie blogs share news and reviews of new movies and the film industry in general. They have a large audience on the internet. Bloggers are invited to watch premium shows before the public release of movies, so they can write reviews and generate buzz about an upcoming movie.

- ***Car blogs:***

Car blogs are usually about luxury and sports cars. They cover a wide range of topics including latest car models, their features, engineering, and more. They can even partner up with local car dealerships for business opportunities. These blogs have all the information about modern cars, vintage cars, safety tips for drivers, and more. Many people get attracted to good cars and

spend a lot of time in reading about features of their favorite cars online. It's a great niche to adopt as a blog type for car lovers.

Some bloggers also write about car financing tips, financing calculators, corporate and banks offers, and finance schedules. It helps the reader find cars in their budget without visiting showrooms.

- ***News blogs:***

News blogs cover local news and are a great way for journalism students to build up their resume and sharpen their skills. They can cover a wide range of topics or limit to a particular news section. News blogs are not just about sharing news. They also include opinion pieces to share blogger's own perspective of the news.

The news blogs are updated more frequently to cover latest happenings. News can be about anything like climate change, scientific innovations, technology, politics, religion, and more. Big media outlets have several bloggers to work on each of these sub-types in news blogging.

- ***Pet Blogs:***

Pet blogs have a great readership online that includes pet owners, animal lovers, animal shelters, and people looking for pets. Pet bloggers share tips on keeping pets healthy, pet grooming, pet food, and training.

Animal foster homes also write about their efforts to protect and save animals. Pet bloggers can partner up with businesses selling pet care products to generate revenue.

- ✓ ***Gaming logs:***

Gaming blogs cater to a large community of gamers looking for articles about latest games, gaming hardware, events, game cheats, and more. This community has grown significantly in the recent years. Most gaming blogs belong to gamers, reviewers, and official communities of big game developing agencies. They have international events for gamers and reward plans for the winners. It's a popular blog type and growing every day.[14]

III- Phenomenon of Women's blogging:

1- Definition of women's blogging:

Women's blogs generally differed from the earlier male-dominated filter blogs which were used to share interesting links with one's friends. Those blogs were called filter blogs because they essentially filtered web content. In contrast, women's blogs often focused on personal stories about their lives, satisfying their needs to connect with other women and express their own voice online in a way they could not easily do before blogs became prevalent filter blogs focused on topics, such as par partisan politics or technology that society has long seen as authoritative areas for discussion but many women's blogs focused on what societal norms deem as mundane or less valuable: cooking, potty-training toddlers, feminism or expressing personal empowerment.[15]

We can say that women's blog growth while women did not have any room to channel their opinion, they have employed the blog as "a way to making themselves publicity, expressive and mobile", it was a too; " to empower (them) by giving a voice to the unheard". [16]

Because like many forms of communication by women, women's blogs have struggled to gain the same notoriety as blogs written by men. The internet, like society more broadly is a gendered space where norms dictate how men and women should behave. These norms provide men a more prominent place in society where their efforts are valued to a greater extent than women's. Early women's blogs received less media attention, as personal stories were often considered less important or valued in society at large than topics, such as politics or sports that proliferated in male-dominated filter blogs [17].As time went on, women were blogging in roughly equal numbers to men, by 2009, 8 million American women were blogging.

2- Mommy blogger:

The mommy blog is a popular genre of personal blogs, the term "mommy blogger" brings over eighty thousand hits in Google while "mother blogger" only brings eight thousand. The value of the term mommy blogger comes from it identifies a very powerful and vocal demographic a group of thinking, tech-savvy engaged women. Women committed today to raising their kids but also raising their kids in the context of what it means to live in today's world...Moms committed to community both virtual and "real-life" to other and to service.

There are two basic types of mommy bloggers, professional mommy bloggers and regular mommy bloggers. Professional bloggers are popular and have a large following of readers. Often professional bloggers use their blog as a source of income. The

most popular blogs can attract more than 50000 hits per day and collect hundreds of comments per entry regular mommy bloggers have less than 300 people reading their blog every day and do not rely on their blog as a source of income. [18]

3- Women's blogging topics:

Many studies and research have proven that women's blogs dealt with many topics and issues that may concern women or not. We tried to summarize them in the following:

- Arts blogs included posts about books, music, paintings and drawings, sculptures, television, and film.
- Career/education blogs talked about working life, starting and building a career, and education.
- Current affairs blogs focused predominantly on politics within a national or regional context.
- Blogs in the faith category featured posts on religion, spirituality, and issues related to nurturing a relationship with God or a higher being.
- Fashion blogs explored fashion trends, fabrics, designers, and sewing techniques.
- Food/health blogs focused on well-being, mental and physical fitness, food choices and preparation.
- Parenting blogs included topics on pregnancy, bringing up children, and family life.

- Personal journals focused predominantly on the writer's day-to-day experiences. These were also characterized by a diary-style expression of thoughts, fears, and hopes. [19]

4- The benefits of women's blogging:

There are a range of benefits that may come across to a blogger. A blogger tends to write for the passion for a certain subject matter and aim to gain a regular reader base. However, the more passionate bloggers do aim for further benefits than only a handful of readers. The ultimate benefit of blogging is financial fortune and public acknowledgement. This is usually achieved by careful strategic business thinking as Pyhäjärvi states in an interview by Alasilta.

The fashion industry has far more well-known and famous bloggers than many other industries or subject matters such as food (ex. cooking), politics or travel. Examples of bloggers that blog in the field of fashion, that have achieved international fame and acknowledgement in the fashion industry.

Bloggers may get paid by companies to do their blogging, design and develop products under their name and sell them, collaborate in the sales of products made by companies, marketing their blog through different media and thus get a larger reader base, consultation with companies and other bloggers.

Fashion bloggers can earn to hundreds of thousands of dollars per year, fashion industry trade paper Women's Wear Daily reports. And the bulk of the money isn't necessarily coming from brands paying for ads on their sites — it comes from brands paying the bloggers to endorse their products in various ways.

A clothing label might hire a fashion blogger to style a runway show and tweet and blog about the project; or to serve as a model in their ad campaigns and post the images on their blog; or

to simply endorse a product the way a celebrity would, by tweeting about it or posting about it on their site. For such endorsements,

brands might pay bloggers four to six figures. While many experts say the value of the return on that investment is unclear, some bloggers do have the power to cause an item to sell out by simply tweeting a link to where followers can buy it.

***Alasilta** further made a list of the benefits that a blogger in general may reach with their blog; this is presented in Table 1* [20]

Table 1: Ten ways of making money off blogging

The benefits of well acknowledged bloggers include collaborations and projects such as:
1. Context advertising
2. RSS-advertising
3. Banner advertising
4. Collaborative sales
5. Digital products
6. Paid blogging
7. e-mail advertising
8. Selling of blogs
9. Fan products
10. Consultation

IV - Conclusion:

Through what was discussed in this research paper, we find that women were able to impose their control on the field of blogging and crowding out men by addressing various topics and fields and were able to make the field of blogging a source of material income by making use of advertising and marketing for commercial enterprises.

Accordingly, the future of feminist blogging has promised a lot in the future and calls for a lot of research in order to keep pace with its development.

V- Bibliography:

[1] Danah Boyd: A Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium, Reconstruction, 6(4), p 5.

[2] Tobias Vicki: Blog this! An introduction to blogs, blogging, and the feminist blogosphere, Feminist collections,26.2/3,2005,p 11.

[3] Oreoluwa Somolu: Telling our own stories': African women blogging for social change',Gender & Development,15:3,2007,p 478.

[4] Ayoub Zareie, Nor Hafizah Selamat: Blogging a Personal Window to Pleasure and Self-therapy: A Case Study of Iranian Women Bloggers, Asian Social Science; Vol. 10, No. 15, Published by Canadian Center of Science and Education, p 18.

[5] Mei Kobayashi: Blogging around the globe: motivation, privacy concerns and social networking, research report, Computer science, 2011, p 5.

[6] Jones M, Along I: Blogs the new source of data analysis, Journal of Issues informing sciences and information Technology, 5, p 435.

[7] Lynne M. Webb, Brittney S. Lee: Mommy Blogs: The Centrality Of Community In The Performance Of Online Maternity, 2011, p 243, available on: https://is.gd/Tiayqy, seen in 13/04/2021, at 23:25

[8] Mei Kobayashi: Op.cit, p 2-3.

[9] Coral Ouellette, available on: https://is.gd/QO4tnx, seen in 17/04/2021, at 21:25.

[10] Shawna Riddoch Wakefield: An Analysis of Mom Blogs, A Thesis Presented to the Faculty of the Communication Department at Southern Utah University,2010, p 2.

[11] Joanna Wiażewicz, Beata Zatwarnicka-Madura: Fashion blogs as the information sources about trends and new products in fashion management, Polish Journal of Management Studies, 14, 1, 2016, p 216.

[12] Available on: https://is.gd/5gXBzM, seen in 11/04/2021, at 14:30.

[13] Gina Masullo Chen: Why do women write personal blogs? Satisfying needs for self-disclosure and affiliation tell part of the story, Computers in Human Behavior 28, 2012, p 172.

[14] Available on: https://is.gd/5gXBzM , seen in 11/04/2021, at 14:30.

[15] Gina Masullo Chen, Q. Elyse Huang: Women's Blogs, available on: https://is.gd/fy0gZ6 , seen in 12/04/2021, at 22:13.

[16] Ayoub Zareie, Nor Hafizah Selamat, Op.cit, p 18.
[17] Gina Masullo Chen, Q. Elyse Huang: Op.cit, p 1

[18] Shawna Riddoch Wakefield, Op.cit, p 9.

[19] Oreoluwa Somolu: Op.cit, p 480.

[20] Sanna Penttala , Heidi Saarela: Study on the effect of blogs on young women's online buying behaviour when purchasing fashion items from online stores , Available on: https://is.gd/mREpbB, seen in 10/04/2021, at 15:20.

التدوين الالكتروني النسوي وانعكاساته

من إعداد: الدكتور بن سولة نورالدين
أستاذ محاضر أ

جامعة معسكر ، الجزائر

Feminist digital blogging and its impact

by: Dr.Bensoula Noureddine

university of mascara , Algeria

nouredino@hotmail.fr

ملخص:

تتناول هذه الورقة العلمية التدوين الإلكتروني النسوي وانعكاساته الإيجابية والسلبية على مكانة المرأة من خلال طرح القضايا المختلفة اجتماعية أو سياسية أو تتعلق بالجانب الصحي ، حيث أصبح التدوين الإلكتروني بمثابة منبر يسمح بفتح نقاشات بين مختلف الفئات الاجتماعية عبر مختلف دول العالم ، غير أن التدوين الإلكتروني يستوجب مجموعة من الشروط والمعايير والضوابط الأخلاقية حتى لا يقع المدون في متابعات قضائية بالسب والشتم أو القذف وغيرها من السلوكات المعاقب عليها من النصوص والتي يمكن أن يقع فيها المدون بشكل غير مقصود .

Abstract:

This scientific paper deals with women's electronic blogging and its positive and negative implications for the status of women through the introduction of various social, political or health-related issues. Online blogging has become a platform for opening debates among different social

groups throughout the world. However, electronic blogging requires a set of conditions, standards and ethical controls so that the blogger does not engage in judicial proceedings by insulting, insulting, slandering or other punishable behaviors of text.

I. مقدمة:

يعتبر التدوين الإلكتروني بصفة عامة أحد أهم مخرجات الثورة التكنولوجية في وسائل الاتصال، حيث سمح بتوسيع مجال الحريات الفردية لمختلف الفئات الاجتماعية من خلال فتح نقاشات وتدوينات لمختلف القضايا عكس الإعلام التقليدي الذي كان محتكر من طرف هيئات محددة.

من بين النماذج الخاصة بالتدوين الالكتروني المدونات النسوية التي تعتبر كمنبر للمرأة للتعليق والتحليل والتعبير عن الأفكار والتجارب الأخرى، وكذلك عن حالات التمييز ضد المرأة في الثقافة الشعبية، والمبادرات السياسية التي تنطوي على قضايا المرأة، والعديد من المواضيع الأخرى التي تتعلق بحياتهن، لكن رغم هذا تبقى ممارسة التدوين الإلكتروني من طرف المرأة العربية المسلمة تستوجب الحذر والتكوين للاستفادة من إيجابياته وتفادي الإنعكاسات السلبية التي يمكن أن تترتب عنه في عالم افتراضي مجهول المعالم.

من خلال هذه المداخلة نسعى للوقوف على التدوين الإلكتروني النسوي وانعكاساته على المرأة العربية المسلمة وأهم القضايا النسوية المطروحة عبر المدونات الإلكترونية.

وتشمل مداخلتنا هذه مجموعة من العناصر نذكرها كالآتي:

عرض مجموعة أرقام لتوضيح قوة المشاركة النسوية في المحتوى الرقمي المعروض عبر الأنترنت، ثم تناولنا التدوين الإلكتروني وخصائصه، ثم الإنعكاسات الإيجابية والإفرازات السلبية للتدوين الإلكتروني النسوي ثم عرضنا مجموعة من المقترحات والتوصيات والخاتمة.

عرض أرقام:

- كشفت الإحصائيات لسنة 2016 أن العدد الإجمالي لمستخدمي الأنترنت تجاوز الـ 03 مليار مستخدم،

- عدد مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بلغ 2.6 مليار مستخدم بنسبة 70 %من إجمالي مستخدمي الأنترنت،

- تتوزع استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي كالتالي: 32 % تويتر ، 34 % انستغرام، 39 % يوتيوب ، 84 % واتساب ، 87 % فيسبوك ،

- نسبة استخدام العنصر النسوي للمنصات الإلكترونية يشكل حوالي 30 % من العدد الإجمالي [1].

التدوين الإلكتروني:

التدوين أو ما يسمى "Blogging" كان اسمه في الماضي باسم "weblog"، وهذا المصطلح تم تسميته من خلال Jorn Barger في عام 1997، وكان يستخدم بواسطة الصحفيين، والكتاب للتعبير عن أنفسهم، وخواطرهم.

وتم اختصار المصطلح إلى "Blog" عام 1999 بواسطة Peter Merholz، ويتم استخدام هذا المصطلح في يومنا الحالي ليصف عملية التدوين أو امتلاك مدونة بشكل عام.

المدونة هي نوع من أنواع الموقع الالكترونية تقوم بنشر محتوى عليها بشكل متجدد، ويعرف المحتوى باسم "مقالات – موضوعات".
في الماضي كانت المدونات يعتمد عليها الأفراد فقط، ولكن في وقتنا الحالي يمكن لأي شخص ان يقوم بإنشاء مدونة بكل سهولة عن طريق أنظمة إدارة المحتوى وهذه الأنظمة لا تحتاج يكون المدون مبرمج.[2]

هناك العديد من مواقع التدوين المنتشرة عبر الإنترنت التي توفر الكثير من القوالب والتصميمات التي تتناسب مع احتياجات المدونين حول العالم، فهي عبارة عن برامج مفتوحة المصدر، يُمكن لأي شخص استخدامها بشكل مجاني لإنشاء موقع إلكتروني أو مدونة إلكترونية نذكر منها: وورد بريسWordPress ، ويكس Wix، بلوجرBlogger، ويبلي Weebly وغيرها ...[3]

- **مدونات الموضة**

مدونات الموضة هي واحدة من أكثر أنواع المدونات شعبية على شبكة الإنترنت. إنها صناعة كبيرة ذات جمهور عالمي ضخم. يتم دعوة المدونين للأزياء إلى الأحداث الكبرى، والحصول على الامتيازات الخاصة، والبضائع، وحتى الصفقات التجارية من قبل أفضل العلامات التجارية للأزياء.

- **مدونات الغذاء**

مدونات الغذاء هي نوع آخر من المدونات الشعبية. يجذب الكثير من القراء المهتمين بالوصفات، والمكونات، والأكل الصحي، والأكل الفاخر، وغيرها من القصص المتعلقة بالأطعمة.

- **مدونات السفر**

تصبح مدونات السفر أكثر شعبية يوما بعد يوم. بسبب السفر الجوي الرخيص، يسافر الناس أكثر من أي وقت مضى، ويبحثون دائمًا عن نصائح السفر والمشورة وأدلة المقصد.

- **مدونات الموسيقى**

لدى مدونات الموسيقى جمهور واسع يبحث عن انتقادات حول أفضل الموسيقى الشائعة. يتمتع عشاق الموسيقى بأغاني من لغات وثقافات ومعايير مختلفة.

- **مدونات نمط الحياة**

إن مدونات نمط الحياة هي النوع الأكثر شيوعًا من المدونات الالكترونية. لديهم مجموعة متنوعة من القراء، يهتمون بموضوعات تتراوح بين الثقافة والفنون والأخبار المحلية والسياسة. يمنح هذا المدون نطاقًا واسعًا من الموضوعات لتغطيتها، مما يسهل تخطيط إستراتيجية المحتوى الخاصة بهم.

هناك من يقسم المدونات حسب الوظائف والمحتوى إلى:

- **مدونات اللياقة البدنية**

لقد كانت مدونات اللياقة البدنية عبارة عن اتجاه ساخن لأنها تغطي مواضيع مهمة مثل الصحة واللياقة العامة. يعتمد الناس في جميع أنحاء العالم على الإنترنت لطلب المشورة بشأن كيفية الحفاظ على لياقتهم. إنها فرصة رائعة لمدربي اللياقة البدنية لبدء مدونة اللياقة البدنية والحصول على عملاء عبر الإنترنت.

- **المدونات الرياضية**

المدونات الرياضية هي نوع آخر من المدونات المثيرة للاهتمام على الإنترنت. لكل دولة في العالم رياضة مختلفة وكل رياضة لها نجومها. قد تتضمن المدونات الرياضية أيضًا المدونين الذين يكتبون محتوى مدفوع الأجر للفرق والرياضيين والمنظمات الأخرى.

- **المدونات المالية**

يحتاج الكثير منا للمساعدة والمشورة لإدارة شؤوننا المالية بكفاءة. هذا يعطي المدونات المالية جمهوراً واسعاً يتراوح من المستثمرين الجادين إلى العائلات التي تحاول الادخار من أجل مستقبل أفضل.

- **المدونات السياسية**

ربما تكون المدونات السياسية هي الأكثر جمهورًا عاطفيًا على الإطلاق. فهي تغطي الأخبار المتعلقة بالسياسة، وتحليل الأخبار السياسية، ويمكنها بناء جمهور كبير وجذاب بسرعة.

- **مدونات الاعمال**

مدونات الأعمال هي المدونات المهنية المتعلقة بالوكالات والشركات والصناعات الأخرى. وهي توفر طريقة غير رسمية للتواصل مع العملاء وتثقيفهم حول منتج أو خدمة أعمال.

- **المدونات الشخصية**

تنتمي المدونات الشخصية للكتاب الأفراد الذين يشاركون تجاربهم ومغامراتهم والحياة اليومية مع جمهورهم. يمكن أن يكون الغرض من التدوين الشخصي أي شيء مثل إحداث فرق من خلال القصص الإيجابية أو التأثير على القراء من خلال وجهات نظرهم الخاصة.

- **مدونات الافلام**

تتبادل مدونات الأفلام الأخبار ومراجعات الأفلام الجديدة وصناعة الأفلام بشكل عام. لديهم جمهور كبير على شبكة الإنترنت. المدونون مدعوون لمشاهدة العروض المميزة قبل الإصدار العام للأفلام، حتى يتمكنوا من كتابة التعليقات وتوليد المشاركات حول فيلم قادم.

- **مدونات السيارات**

عادة ما تكون مدونات السيارات حول السيارات الفاخرة والرياضية. وهي تغطي مجموعة واسعة من المواضيع بما في ذلك أحدث طرازات السيارات، وخصائصها، والهندسة، وأكثر من ذلك. يمكنهم حتى المشاركة مع وكلاء السيارات المحلية لفرص العمل. هذه المدونات لديها كل المعلومات عن السيارات الحديثة، والسيارات القديمة، نصائح السلامة للسائقين، وأكثر من ذلك.

- **مدونات الاخبار**

وتغطي المدونات الإخبارية الأخبار المحلية وهي طريقة رائعة للطلاب في مجال الصحافة من أجل بناء سيرتهم الذاتية وشحذ مهاراتهم. يمكنهم تغطية مجموعة واسعة من المواضيع أو الحد إلى قسم إخباري معين. مدونات الأخبار ليست مجرد مشاركة الأخبار. وتتضمن أيضًا مقالات الرأي لمشاركة منظور المدون الخاص للأخبار.

- **مدونات الحيو انات الأليفة**

تملك مدونات الحيوانات الأليفة معدلات قراءة رائعًا عبر الإنترنت يتضمن أصحاب الحيوانات الأليفة ومحبي الحيوانات وملاجئ الحيوانات والأشخاص الذين يبحثون عن حيوانات أليفة. يشارك المدونون من الحيوانات الأليفة نصائح حول الحفاظ على صحة الحيوانات الأليفة، والحيوانات الأليفة الاستمالة، أغذية الحيوانات الأليفة، والتدريب.

- **مدونات الألعاب**

تلائم مدونات الألعاب مجموعة كبيرة من اللاعبين الذين يبحثون عن مقالات حول أحدث الألعاب وأجهزة الألعاب والأحداث وغش اللعبة وغير ذلك الكثير. لقد نما هذا المجتمع بشكل كبير في السنوات الأخيرة.[4]

إضافة إلى ذلك يوجد **مو اقع التواصل الاجتماعي** التي أتاحت فرصاً عديدة لجميع مشتركي الشبكة مع إمكانيات التفاعل المباشر والحر عند نهاية كل مقال أو خبر، كما أتاحت الفرصة للمتلقين بأن يطرحوا محتوى خاص بهم، وهو ما طرح مصطلح المواطن الصحفي.

من خصائص ومزايا التدوين الالكتروني:

1. سهولة الإنشاء،
2. ترتيب زمني للموضوعات،
3. أرشفة المقالات،

4. امكانية البحث بالتاريخ – اسم الكاتب – الوسم،
5. امكانية التعليق، والتفاعل العالي بين القراء،

IV. أهمية التدوين الإلكتروني للمرأة:

تنال قضايا المرأة اهتماما واسعا على المستوى الدولي مع انتشار الأطر والمفاهيم الحديثة على رأسها حقوق الإنسان والتنمية البشرية والأمن الإنساني وغيرها من المفاهيم التي باتت تؤشر لحقبة جديدة من الفكر الدولي.[5]

وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الحديثة للتعبير عن قضايا المرأة العربية، والأكثر مواكبة لحركة التغيرات الاجتماعية المرتبطة بها، متجاوزة في ذلك وسائل الإعلام التقليدي، التي ماتزال تحتفظ بأطرها التقليدية، إذ توفر وسائل التواصل والإعلام الجديد، فرصا أكبر للمرأة، للتعبير عن قضاياها بصورة أكثر حرية، كما توفر مجالا واسعا للحركات النسوية، لطرح مبادراتها، التي تعبر عن همومها وقضاياها، بصورة أكثر حرية، ودون ارتباط بطرح تقليدي يكون معقدا في غالبه.

وبجانب ذلك فإن وسائل التواصل الاجتماعي، أسهمت في توحيد صفوف المرأة العربية، بشأن قضايا مشتركة، وتنمية نوع من الوعي الجمعي، بشأن التحديات تواجهها في العديد من المجتمعات[6].

بمعنى آخر فإن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر بمثابة طفرة تحررية ونوعية في أدوات الاتصال الجماهيري في إثارة القضايا الاجتماعية المختلفة في مقدمتها قضايا المرأة، حيث مكنتها من بناء علاقات افتراضية تسمح لها بالمساهمة في نقاشات وقضايا تخصها مما يسمح بتغيير سلوك النساء العربيات وتعزيز شخصيتهن وزيادة ثقتهن بأنفسهن.

وهذا توجه جديد يدعم نشر الوعي لدى النساء بمختلف قضاياهن وتشجيع المرأة على حماية نفسها من العنف الموجه ضدها وعدم السكوت عليه.[7]

وانطلاقا مما سبق نذكر تداولت شبكات التواصل الاجتماعي العديد من القضايا الاجتماعية التي تمس المرأة، بأساليب متنوعة في الطرح سواء في صفحات رسمية تابعة لمنظمات نسوية أو صفحات غير رسمية لناشطات وحقوقيات مهتمات بشؤون المرأة، ومن أهم وأبرز القضايا الاجتماعية التي تم التطرق لها من خلال منصات التواصل الاجتماعي ما يلي:

- **قضية الختان:**

تعتبر ظاهرة ختان الإناث من بين أكثر القضايا انتشارا في مناطق من الدول العربية، فمازالت العديد من الفتيات، حسب ما أكدته تقديرات منظمة اليونيسيف " و"منظمة الصحة العالمية تتعرض لهذه الممارسة وتقدر أعدادهن على مستوى العالم بأكثر من 140) مليون فتاة وامرأة (حول العالم تم ختان بدواع ثقافية وموروثات متعود عليها لا وتعتبر المرأة والفتاة المصرية من أكثر النساء في الدول العربية عرضة لهذه الظاهرة كونها أكثر انتشارا وشيوعا في دولة مصر)

- **قضايا التحرش الجنسي والاغتصاب:**

إن مصطلح التحرش الجنسي لفظ جديد على الثقافة العربية، حيث كان يعرف من قبل ويطلق عليه بمصطلحات تفيد، الغزل والمعاكسة، والمراودة، وهتك العرض، والزنا والاغتصاب.

والتحرش الجنسي هو نوع من الانتهاك البدني للمرأة، فيه خدش لحيائها، وهو ظاهرة مستنكرة في مواثيق أخلاقيات المجتمعات عموما والمجتمعات العربية والإسلامية ، كما أن انتشار ظاهرة التحرش الجنسي من أبرز القضايا التي تقيد المرأة بشكل أصيل في أبسط حقوقها، وقد عبرت النساء عن قناعتهن برفض ما يتعرضن له من تحرش جنسي محاولة منهن للمطالبة بالحد من هذه الظاهرة وضرورة سن قوانين ردعية للمتحرشين والمغتصبين لجأت النساء العربيات لمواقع التواصل الاجتماعي وصفحات الفيسبوك لطرح هذه القضية بأبعادها، فقد سعت صفحة" **قوة ضد**

التحرش_ الاعتداء الجنسي الجماعي "وهي صفحة مصرية عبر الفيسبوك إلى طرح هذه القضايا، وحماية

النساء أثناء أي تحركات جماعية، من خلال التدخل السريع فور وقوع حادثة التحرش، والمراقبة المستمرة لميادين التظاهرات والاعتصامات، لتجنب مثل هذا التحرشات الجماعية .

- **العنف ضد المرأة:**

لقد أصبحت ظاهرة العنف ضد المرأة بجميع أنواعه العنف اللفظي والجسدي والنفسي من أكثر القضايا انتشارا في مناطق الدول العربية خاصة بعد انعدام الاستقرار السياسي واستمرار الحروب في المنطقة العربية، تزامنا مع ثورة الربيع العربي وما انجر عنها من تبعات، حيث تعاني قرابة ما نسبته 07 بالمائة من النساء ما بين سن 15عاما و 44 ربيعا من ظاهرة العنف الجسدي الذي يؤدي للوفيات أحيانا في جميع أنحاء العالم، بحسب التقرير الصادر عن منظمة الصحة العالمية، ويعتبر العنف ضد المرأة واحدا من أبرز المشاكل الصحية والنفسية التي تواجه المرأة في العالم عامة والوطن العربي خاصة، وتسلبها ابسط حقوقها الإنسانية .

وبالتالي أصبحت مشكلة العنف ضد المرأة محور تركيز مهم لدى الناشطات النسويات والحقوقيات في العالم، وتشكلت جماعات داعمة للنساء اللاتي تعرضن للإساءة وهي موجودة في العديد من البلدان .ثم توجهت النساء لاستغلال منصات التواصل الاجتماعي وصفحات الفيسبوك لرفع الستار عما تعاني منه المرأة من أنواع بعرض تجارب بعض النساء اللاتي عايشن مثل هذه الظاهرة في سبيل رفع وعي المرأة بحقوقها وكسر حاجز الصمت لدى الكثير من النساء اللواتي يعانين في صمت ومحاولة حثهم للتبليغ عن حالات العنف التي تعرضن لها، من خلال إطلاق حملات ضد العنف بأنواعه.

● **الزواج المبكر" زواج القاصرات:**

عملت الناشطات الحقوقيات في مجال المرأة على جذب الانتباه إلى قضية الإساءة الجنسية للأطفال، لكون الطفلة غير مؤهلة نفسيا وجسديا للدخول في علاقة زوجية من خلال طرح وتناول هذه القضية عبر وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة لما لهذه الظاهرة من نتائج سلبية على الفتاة كممارسة العنف ضدها وحرمانها من مشاركة صنع القرارات الأسرية والنظرة الدونية وغير ذلك من اشكال العنف التي تتولد عنها اضطرابات نفسية وحالات اكتئاب ومعاناة.....

● **القضايا الاقتصادية:**

احتلت قضايا المرأة أهمية بالغة عبر وسائل الإعلام الجديد، لاسيما ما يتعلق بالجانب السياسي وفي مقدمتها مشاركتها الفعالة في العمليات الانتخابية كناخبة وكمرشحة، بالإضافة إلي تمثيل المرأة في المجالس النيابية والأحزاب، وتوليها لمناصب سياسية عليا، فتزايد الاهتمام بقضايا المرأة السياسية على اعتبارها تشكل فئة هامة في المجتمع ويستحيل بناء الديمقراطية من دونها، و هي من بين أهم القضايا والمواضيع السياسية التي تم طرحها ومناقشتها عبر منصات شبكات التواصل الاجتماعي.

إلى جانب قضايا أخرى على غرار القضايا الدينية، المساواة بين الرجل والمرأة، وغيرها من القضايا التي عملت النساء على تدوينها عبر منصات التواصل الاجتماعي.[8]

V. الإفرازات السلبية للتدوين الإلكتروني للمرأة:

لكن ومع وجود تلك الفائدة، لوسائل التواصل الاجتماعي، بالنسبة للمرأة العربية، يطرح البعض تساؤلا، حول مشروعية خوف الأسر العربية، على بناتها من وسائل التواصل الاجتماعي، ويورد هؤلاء في مجال دفاعهم، حديثا منطقيا يشير إلى أن تلك الوسائل، ربما تكون سلاحا ذي حدين، أي أنها وفي الوقت الذي تلعب فيه دورا مهما، في مجال تعبير المرأة عن رأيها، فإنها وفي كثير من الأحيان، ربما تعرضها لعمليات إساءة وابتزاز جنسي، وهو ما يبرر رفض الكثير من الأسر، أن تكون بناتها ناشطات، بشكل أو بآخر على وسائل التواصل الاجتماعي.[9]

وفي الوقت الذي حذرت فيه بعض التقارير، من أن وسائل التواصل الاجتماعي ربما لا تسهم، في حل مشكلات النساء، بل أنها قد تزيدها تعقيدا، عبر تعريضهن لحالات التحرش والتنمر، التي تصل إلى حد الابتزاز، وهي حالات مثبتة في العديد من الدول العربية، فإن الثابت بالأدلة، هو أن تلك النوافذ الافتراضية، أثرت إيجابيا على حياة النساء، في مجالات عدة، وحققت لهن فوائد لا تحصى.

وتحتاج معظم الدول العربية، إلى تفعيل قوانين جادة، تحاسب المسيئين للنساء عبر الإنترنت، إذ أن معظم هذه الجرائم، تمر دون عقاب، مما يغري مرتكبيها بالتمادي فيها، وكان عدد كبير من النساء العربيات، قد شاركن خلال السنوات الأخيرة، قصصهن الشخصية عن حوادث التحرش والعنف الجسدي، التي مررن بها على صفحات فيسبوك وتويتر، غير أن ذلك ربما لن يؤدي إلى وقف تلك الحوادث دون وجود رادع قانوني.[10]

وكان تحقيق صحفي قامت به بي بي سي bbc، قد أظهر أن آلاف الشابات في مجتمعات محافظة، في شمال افريقيا والشرق الاوسط، يقعن ضحايا للابتزاز، عبر التهديد بنشر صور حميمية لهن على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي.

وأشارت البي بي سي bbc، إلى أن الأضرار المدمرة، التي يتركها الابتزاز، لا تقتصر فقط على الجانبين النفسي والاجتماعي للضحايا، من الفتيات، بل هو أدى في بعض الحالات، إلى انتحار العديد منهن، بسبب عدم قدرتهن، على مواجهة العواقب المدمرة لوصمهن بالعار.

وأشارت بي بي سي في تحقيقها، الذي تناول الابتزاز عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وحمل عنوان" العار"، إلى أنه لا توجد إحصاءات دقيقة، عن حجم ومدى انتشار مشكلة الابتزاز عبر الفضاء الالكتروني، لأن الغالبية العظمى من الضحايا يلتزمون الصمت، ويعانون خلف أبواب مغلقة، بسبب خوفهم من إلحاق "العار" بأسرهم وحتى الخطر الذي يتهدد حياتهم[11].

كذلك يمكن تناول الابعاد السلبية لمنصات التواصل الاجتماعي على المرأة في النقاط التالية:

●الشّعور بالعجز والفشلِ و إنكار الذّات والقدرات

لقد حطّمت وسائل التواصل الاجتماعي الكثيرَ في أعماق النساء، وأحدثت شروخًا في أرواحهنَّ ليس من السهل على الإطلاق ترميمها أو ردم تصدّعاتها، وتتكرّس هذه العقد من خلال متابعة صفحات المتفاخرين بأفعالهم وإنجازاتهم ومثاليّتهم الفارهة – وما أكثرهم – أو من خلال متابعة المتميّزين من الكُتّاب الذين يُدلون بآرائهم في الأحداث المتسارعة بغزارة في الكلمة وتدفُّق في الفِكر والفكرَة، وإنَّ الإغراق في هذ النوع من المتابعة يوقع الكثيرات فريسةَ الشعور بالاكتئاب و بالفشل المحض والعجز عن الإدراك إدراكِ المكانِ والمكانة، وكلّما نشرٌ قارئ نهمٌ أغلفةَ الكتب التي أتمّ قراءَتها تراها تغرق في دوّامةٍ من أسئلةِ الحسرةِ التي تحرقها بهدوءٍ من خلف شاشة هاتفها الذكي.

●الكفر والزّهد بالحياة الزوجية

كثيرةٌ هي التّصرفات التي قد تؤذي من حيث لا نشعر، ومنها ما أدمَنه عددٌ من النّساء في التّباهي بحميميّة الحياة الزوجيّة وعرضِها في الفضاء المفتوح بطريقة المناكفاتِ اللّطيفة أو الغزل الفجّ علنًا في الصّور والتعليقات والحوارات المفتوحة للجميع، أو في المنشورات التفاعليّة الأسريّة بين مجموعة من الشّقيقات بطريقة تُظهر الحياةَ بسعادةٍ طافحةٍ لا همّ فيها.

وهذا يؤدّي بالكثيرات إلى حالة من التذمّر الدّاخلي من الزوج الذي لا يفصح عن مشاعره جيّدًا، أو لا يُخرج مشاعره خارج دائرة البيت ويبقيها حبيسة الجدران، كما يؤدّي بها الأمر إلى النّفور من أفراد أسرتها المنهمكين في أعمالهم المنشغلين عنها، وهي تظنّ أن الصّورة الدائمة لحياة أولئك المتباهين هي ما سطّروه على صفحات وسائل التّواصل.

●الصدمات العاطفية:

بعد أن سكنَ كثيرون في هواتفهم الذّكية، وظنّوا أن نوافذَ الدّردشة هي البوّابات التي عليهم أن يطرقوها للحصول على شريكةِ العمر وشريك المستقبل فانتشَرت العلاقاتُ العاطفيّة التي أنتجَتها الدّردشاتُ الافتراضيّةُ، وبدأت الفتياتُ تحلمُ بفارسِهَا الجميل يُطل عليهَا من إحدى هذه النوافذ حاملًا بين يديه مجموعاتٍ من الرّموز من ابتساماتٍ مرسومةٍ على الشّاشاتِ وباقات الورود المصوّرة، إلا أنّ كثيرًا من هذه العلاقات العاطفيّة فضلًا عن كونها لا تنتهي بزواجٍ واستقرارٍ فإنّها تؤولُ إلى صدماتٍ عنيفةٍ تَلحق بالأنثى بسبب اكتشاف خداع الطّرف الآخر المحتجب خلف شَاشة هاتفِه الذّكي، كما أنّ هذه الصّدمات العاطفيّة قد تنتج عن اكتشاف الوقوع في مصيدة ذئبٍ بشريٍّ تخفّى في ثوبِ ناصحٍ أو مصلحٍ أو مشفقٍ أو مفكّر حتّى إذا وثقت به المسكينة وانجرفت وراء ثقتها ثم عاطفتها بدأت مرحلة من ابتزازاتٍ رخيصة توقعها في ردود فعل عنيفة.

●نشر المعلومات الشخصية والخاصة:

حالة الَهوَس الموجودة في توثيق اللّحظات في وسائل التّواصل الاجتماعيّ أصبحت أكبر مما يمكن أن يصفه قلمُ كاتب، فلا يكادُ يضحكُ الطّفل حتى تهرع الأمّهات إلى الهواتف لتوثيقها قبل أن تطير، وما إن يبدو مشهدٌ جميلٌ في نزهة عائليّة حتى يسارع الجميع إلى امتشاقِ هواتفهم ليبصروا المشهد من خلف زجاج النوافذ الافتراضيّة ويلتقطوا اللّحظة الجميلة قبل إفلاتها.

من الطّبيعي أن يوثّق الإنسانُ اللّحظات الجميلة التي يمرّ بها ولكن ليس من الطبيعيّ على الإطلاق أن ينسى المرء طعم الجمال ولا يبقى لتذوّق اللّحظات معنىً أمام توثيقها. وإن توثيق اللّحظة يُسعد العين في الحال ويسعدُ الذّاكرة في المآل، ولكن تذوّق اللحظة هو ما تحتاجه النفس الشرية والأرواح العطشى للجمال. أن تفقد الأمّ الرغبة في ملاعبة طفلِها إلا وهاتفها بيدها يشير إلى أن التوثيق غدا هو الغاية من افتعال

السعادة في الوقت الذي تكون السعادة النابعة من اللّحظة الجميلة هي غاية منشودة بحدّ ذاتها.

- الانحراف عن أخلاقيات النشر سواء بشكل مقصود أو غير مقصود بسبب عدم الإلمام

بالنصوص القانونية والأخلاقية المتعلقة بالنشر، وهو ما يمكن أن يعرض اصحاب المدونات إلى متابعة قضائية بتهم متعلقة بالسب والشتم والقذف وغيرها،

- **التسويق لصورة نمطية خاطئة عن المرأة:**

وهي نقطة مهمة وحساسة تتمثل في استغلال المرأة في القضايا السياسية والعقائدية والثقافية، حيث يتم تحريف القضايا والمشكلات التي تعاني منها المرأة العربية المسلمة من سياقها الحقيقي إلى ممارسات سياسية تجعل من المرأة ضحية ووسيلة لأهداف سياسية في نفس الوقت، وظهور الحركات النسوية التحررية في مختلف الأوطان العربية بما فيها الجزائر،

VI. توصيات ومقترحات:

- تكثف الدورات التدريبية حول التدوين الإلكتروني للنسوة من مختلف الهيئات الثقافية والاجتماعية والجمعيات النسوية،
- التركيز على أخلاقيات النشر حتى لا تعرض النسوة لمتابعات قضائية حول السب والشتم والقذف وغيرها من السلوكات التي يعاقب عليها القانون،
- التعامل بحذر مع المدونات المختلفة في عالم مجهول المعالم،
- الابتعاد عن المطالب التحررية المنافية لتعاليم الدين الإسلامي.

VII. الخاتمة:

من خلال ما سبق يتبين أن التدوين الإلكتروني النسوي يلعب دورا مهم في طرح قضايا المرأة المختلفة في إطار مواكبة التغييرات الاجتماعية التي أحدثتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال وفي ظل فشل الإعلام التقليدي على تلبية احتياجات جميع الشرائح الاجتماعية، فالتدوين الإلكتروني يمكن ممارسته كهواية لتبادل وجهة النظر بين الأفراد من مختلف دول العالم وعرض القضايا المختلفة،

يبقى لنا أن نشير على ضرورة إلمام المدونين على أخلاقيات وضابط النشر الإلكتروني لأنه في نظرنا أمر مهم للغاية لتجنب مخاطر الفضاء الافتراضي.

VIII. المراجع المعتمدة:

---

[1] ليلى الرفاعي ، تجليات العقد النسائية في مواقع التواصل الاجتماعي ، 2017/04/24 ، من موقع : https://www.aljazeera.net ، معاينة يوم : 2021/04/15

[2] أحمد عمر ، كل ما تود معرفته عن التدوين ، من موقع : https://blog.zwaar.net/ ، معاينة يوم : 2021/04/19 .

[3] اسلام النجار : مواقع التدوين المجانية ، بتاريخ : 2020/12/02 ، من موقع : https://www.rowadalaamal.com/ ، معاينة يوم 2020/04/16 .

[4] ماهي أنواع المدونات الإلكترونية ، من موقع : https://www.vapulus.com/ ، معاينة يوم : 2020/04/16 .

[5] فاطمة الزهرة تنيو ، مواقع التواصل الاجتماعي : تغيير في اتجاه الإعلام في قضايا المرأة ، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع ، مجلد 02 ، عدد مارس 2019 ، ص 397 .

[6] اقبال من نساء المنطلقة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، من موقع: https://www.bbc.com/arabic/interactivity-52638052 ، بتاريخ : 2020/05/20 ، معاينة يوم 2021/04/16 .

[7] فاطمة الزهرة تنيو ، مواقع التواصل الاجتماعي : تغيير في اتجاه الإعلام في قضايا المرأة ، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع ، مجلد 02 ، عدد مارس 2019 ، ص ص 397-400 .

[8] حداد نريمان ، الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، رسالة دكتوراه ، جامعة محمدج خيضر بسكرة ، 2019/2018 ، ص ص 228-233

[9] اقبال من نساء المنطلقة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي ، من موقع : https://www.bbc.com/arabic/interactivity-52638052 ، بتاريخ : 2020/05/20 ، معاينة يوم 2021/04/16 .

[10] اقبال من نساء المنطلقة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي ، من موقع : https://www.bbc.com/arabic/interactivity-52638052 ، بتاريخ : 2020/05/20 ، معاينة يوم 2021/04/16 .

[11] اقبال من نساء المنطلقة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي ، من موقع : https://www.bbc.com/arabic/interactivity-52638052 ، بتاريخ : 2020/05/20 ، معاينة يوم 2021/04/16 .

المدونات المرئية النسوية في الجزائر وصناعة المحتوى

قراءة تحليلية في عينة من النماذج

Feminist vlogging in Algeria and the content industry

Analytical reading through a sample of forms

من إعداد:

-أ/د نايلي نفيسة

nailinaf10@gmail.com

- د.علاق أمينة

Allagamina04@gmail.com

جامعة أم البواقي

الملخص:

أضحت المدونات المرئية النسوية خلال السنوات الأخيرة فضاء ومتنفسا جديدا للنساء على اختلاف أعماره ن ومستوياتهن (العلمية، الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية...) وكذا أماكن تواجدهن بالإضافة إلى توجهاتهن(الأدبية، السياسية، العقائدية...)، وذلك للتعبير عن عديد القضايا والأفكار وحتى المواضيع التي شكلت حالة من الاستقطاب والاهتمام لدى شرائح متنوعة وخاصة النسوية منها، وتزايد الاهتمام بالمدونات المرئية مثلما حدث مع التدوين الالكتروني في بداياته حتى قيل فيه المقولة الشهيرة: أنا أدون أنا موجود je volog donc je suis.

وقد كان للمدونات الجزائريات نصــيب من الإبداع في خلق الكثير من المدونات المرئية التي أصبح لها جمهور قائم بذاته من حيث المتابعة والتفاعل.

ولأن موضوع التدوين المرئي النسوي لا يزال من المواضيع الجديدة على مستوى الســاحة البحثية، فإن هذه المداخلة تأتي محاولة تســليط الضــوء على فعل التدوين النســوي المرئي في الجزائر وما يرتبط به أســاســا من صــناعة للمحتوى وما يتبعه من خصوصيات متعلقة بالمرأة المدونة كما السياق الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: التدوين، التدوين النسوي، المدونات المرئية، التدوين المرئي النسوي.

Abstract

In recent years, women'svisual blogs have been a new space and outlet for women of all ages, levels (scientific, cultural, social, economic...) where they are, as well as their orientations (literary, political, religious...) to express the many issues, ideas and eventopicsthat have formed a state of polarization and interestamongmany segments, especiallywomen. Algerian blogs have had a share of interaction and participation in creatingmanyvisual blogs that have an audience to follow and interactwith. Becausewomen'svisualbloggingisstill a new topic in the researcharena, this intervention is an attempt to highlight the act of visualfeministblogging in Algeria and itsmainlyassociated content industry and itspeculiaritiesrelated to women as well as the social context.

***Keywords**: blogging, feminist blogging, vlogs,Feminist vlogging*

مقدمة:

عرفت السـنوات القليلة الماضـية تطورا سـريعا في مجال الإعلام الالكتروني وتطبيقاته، حتى صـار هذا العصـر يعرف بعصـر الإعلام البديل أو إلام الوسـائط المتعددة، هذا ما منح الفرصة للكثير من الأفراد للتعبير عن آرائهم وأفكارهم في مجالات شتى، على اختلاف أعمارهم وجنسهم ومستوياتهم العلمية والثقافية، ولعل ما أضافه الفضاء الافتراضي لحياة الأفراد هو سهولة نشر المعلومات والحصول عليها مهما كانت طبيعتها، وتعددت مصادرها.

ومن هنا يمكننا الحديث عن وجود منافسـة بين المضـامين الإعلامية للفضـاء الافتراضي والمضامين الإعلامية التقليدية وذلك بالنظر إلى سرعة نقل المعلومة وحجم تداولها وأساليب وسهولة الحصول عليها ونشرها على نطاق واسع، خاصة بالنظر إلى تعدد الخيارات التي أصـبحت تتيحها الوسـائط الجديدة للإعلام الالكتروني ونقصـد بذلك النقل المرئي الحي -المباشـر وغير المباشـر- عبر مختلف شـبكات التواصـل الاجتماعي، هذا النقل المرئي الذي اسـتفاد من التقنيات الكبيرة التي أصـبح يتمتع بها "الفيديو "وما أدخل عليها من تعديلات وتحديثات ارتبطت بتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال من جودة في الصورة، سرعة في البث والمشاركة ليتحول الفيديو بذلك إلى واحد من أهم الوسـائل الاتصـالية الحديثة بين المسـتخدمين، فنجد مثلا منصـة اليوتيوب(YouTube)التي تعتبر لدى الكثير من المسـتخدمين أكبر محرك بحث بعد جوجل(Google) بما تتيحه من إمكانية مشـاهدة مليارات المقاطع المصـورة(أفلام، حصص، مباريات، رسوم متحركة، أغاني...) أو أن يتحول المستخدم إلى صانع ومقدم لمحتويات خاصة به في شكل مدونات مرئية ليصبح بذلك التدوين المرئي أحد أهم هذه التطبيقات التي تمكن الأفراد من صناعة المحتوى الإعلامي في مجالات مختلفة سياسية كانت، ثقافية، اجتماعية أو ترفيهية...الخ، يطالعها ويتفاعل معها المسـتخدمون في الوقت والمكان الذي يريدون بعد أن حررت الوسـائط الالكترونية الحديثة المتلقي من

إشكالية الزمان والمكان وأصبح في مواجهة مباشرة مع هذه المحتويات فاعلا ومتفاعلا كاسرا بذلك قاعدة الاحتكارية والرقابة التي مارستها عليه بقوة وسائل الإعلام التقليدية.

ولعل من أهم الأمور التي طبعت فعل التدوين المرئي خاصة خلال السنوات الأخيرة هو الانتقال أيضا من السطوة الذكورية في صناعة المضامين (إعدادا، إشرافا وتقديما) والتي انفرد بها في عديد المؤسسات الإعلامية التقليدية الرجل، إلى ملاحظة الحضور النسوي عبر عديد المدونات المرئية أين اتجهت المرأة هي الأخرى إلى فعل التدوين والمشاركة والتفاعل مع هذا الفضاء الرقمي بأشكال وأساليب ومجالات مختلفة.

هذا الحضور النسوي للمرأة على اختلاف معارفها الإدراكية وفروقاتها الفردية، رسم لها ظهورا إعلاميا جديدا وذلك من خلال اعتمادها على التدوين المرئي كوسيط لنقل اهتماماتها والتعبير عن آرائها وأفكارها وقضاياها، وقد وجدت فيه بديلا حقيقيا لما كانت تفرضه وسائل الإعلام التقليدية التي ما فتئت تضع المرأة في قوالب جاهزة حسب ما تمليه عليها جهات معينة تتدخل في صناعة المحتوى الإعلامي وصياغة شكل معين للقائمين عليه وصل حد طرح سؤال مهم هل تستخدم النساء في تزيين وزخرفة الأخبار بدلا من صناعتها؟

ولانتشار فعل التدوين المرئي وخاصة النسوي جاءت هذه المداخلة مركزة اهتمامها على مضامين وصناعة المحتوى الرقمي النسوي من خلال قراءة في عينة من المدونات المرئية الجزائرية عبر منصة يوتيوب. ومن كل ما تقدم ولدراسة هذا الموضوع نطرح تساؤلا رئيسيا مفاده:

ما طبيعة المحتوى الذي تصنعه المرأة الجز ائرية عبر مدوناتها المرئية؟

وتتفرع عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية:

1- ما هي أنواع المدونات المرئية النسوية في الجزائر؟

2- ما هي أبعاد وخصائص المدونات المرئية النسوية في الجزائر؟

3- فيما يتمثل حجم وأشكال التفاعل للمدونات المرئية النسائية في الجزائر؟

أولا: التدوين المرئي مفاهيم وخصائص:

أ/مفاهيم ذات صلة:

قبل تعريف التدوين المرئي يمكن العودة إلى تعريف المدونات بحيث نجد الباحث "محمد عبد الحميد" يعرفها بأنها وسيلة من وسائل الاتصال على شبكة الانترنت، ينشئها أفراد أو جماعات لتبادل الأفكار والآراء حول الأخبار أو الموضوعات ذات الاهتمام المشترك التي يطرحها الناشر على صفحاتهم دون قيود على حرية القارئ في المناقشة والتعليق على الرسائل المتاحة [1]، ومع تطور التقنيات التكنولوجية تطورت نماذج التدوين والتي انتقلت من المدونات النصية أو المكتوبة (blog) إلى أخرى تعتمد على الصور (photoblog) والتعليق عليها لتنتشر مؤخرا مدونات الفيديو(videoblogs) وهي قائمة أساسا على نشر المحتوى التدويني بالصوت والصورة مسجلا على فيديو[2]

مدونات الفيديو والتي يطلق عليها اختصارا (vlogs)، هي شكل من أشكال النشر عبر الإنترنت أصبحت مؤخرا تحظى بشعبية لدى ملايين الأشخاص، وهي مدونات يتم إنشاؤها في الفيديو بدلا من الشكل النصي السابق[3]، ينشئها المستخدم(vlogger) والتي تعمل كوسيلة للتعليق الاجتماعي نشرات الأخبار البديلة أو المنافذ الإبداعية أو اليوميات الشخصية عبر الإنترنت يتم إنتاجها عبر أدوات إنتاج الفيديو البسيطة - مثل جهاز كمبيوتر وكاميرا ويب أو هاتف مزود بإمكانيات الفيديو - لإنشاء محتوى ونشره.[4]

ترتكز المدونات المرئية على تسجيل ليوميات الشخص، تسلسل الأحداث التي عايشها خلال اليوم أو الأسبوع أو ربما في أيام ومناسبات خاصة فقط، لكن في الأخيرة هو محتوى متعلق بالشخص وأنشطته في الحياة، هذا هو الفرق الجوهري بين الفيديو العادي الذي قد يكون عرض معلومات أو تعليمي، وبين الـ (vlog)الذي وإن كان يحتوي على فوائد ومعلومات مفيدة إلا أنه في الأخير مرتبط بالفرد وبحياته الشخصية[5]. ويرى

باحثين آخرين أن المدونات المرئية ذات قيمة لأنها تخبرنا عن أنفسنا كما أنها تمثل شكلا جديدا من أشكال التعبير عن الذات ، متجذرا في بيئة الاتصال اليوم.

" Vlogs are valuablebecausethey tell us about ourselves as well as represent a new form of self-expression, rooted in ourtoday's communication environment...[6] "

التعريفات المقدمة وصفت وقدمت للمدونات المرئية -والتي كما سبق الإشارة إليه - بأنها يتم إنشاؤها من طرف مستخدمين يشاركون من خلالها يومياتهم وتجاربهم، والمدونات المرئية النسوية التي تشرف على صناعة وتقديم محتوياتها المرأة، تخضع هي الأخرى إلى التعريفات المقدمة، مع تفرد هذه المدونات بالتركيز على المواضيع التي تهم المرأة وتجذبها وتخلق لها مساحتها الخاصة والمتميزة.

وفي هذه المداخلة نقصد بالمدونات المرئية النسوية الجزائرية هي: تلك المدونات التي أنشأتها نساء جزائريات داخل الجزائر أو خارجها، يقدمن من خلالها محتويات متنوعة تنطلق إما من تجربتهن الخاصة ويومياتهن أو من خلال متابعة المستجدات الاجتماعية والثقافية وما يهم المرأة من قضايا موجهة إلى المرأة بشكل عام والمرأة الجزائرية خاصة، وقد يحدث أن يكون لها أيضا جمهور عام، وذلك عبر مجموعة فيديوهات قد تكون يومية، أسبوعية، أو حتى مناسباتية تقدم من خلال منصة يوتيوب.

ب/خصائص المدونات المرئية:

تستمد المدونات المرئية خصائصها من الخصائص التي أتاحتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة والتي أثرت الجانب التقني كما المضاميني، وانطلاقا من تعريف الباحث "Albertovich" للمدونات المرئية على أنها "نوع غير متزامن من الاتصال عبر الإنترنت، يفترض مسبقا نشر رسائل الفيديو بترتيب زمني أو وفقا لفئتها الموضوعية، ويمنح الفرصة للجمهور للتعليق في شكل مكتوب أو عن طريق الرد بالفيديو"[7]، يمكن استعراض مجموعة من الخصائص:

➢ **سـهولة وسـرعة النشـر والمشـاركة**: لا يتطلب نشـر مدونات مرئية تكوينا تقنيا عاليا، أو مجموعة معقدة من الأجهزة فقد نجحت اليوم عشـرات النسـاء ومن هن ربات البيوت من خلال كاميرا هاتفهن في صـناعة وتقديم عشـرات المحتويات التي تدخل مثلا في خانة الروتين اليومي والتدابير المنزلية ووصـفات المطبخ ولاقت اسـتحسـانا ومتابعة من طرف المتابعين، نجد مثلا صـاحبة المدونة التي تحتل نسب عالية من المشاهدة" أم وليد" ومن المتابعين (les abonnes)والذين وصـل عددهم إلى قرابة العشـرة ملايين متابع، حيث تقدم وصـفاتها الشـهيرة عبر كاميرا هاتفها ويحدث أن نسـمع أحيانا صـوت ابنها وليد في محيط المطبخ دون أن تقوم بتعديله أو إعادة تسـجيل الفيديو وإنما تتركه على طبيعته. ضـف إلى ذلك إمكانيات النشر من خلال اتساع عدد مشتركي خدمة الانترنت في الجزائر وخاصة انترنت الهاتف النقال والذين تجاوز عددهم سـنة 2020 أكثر من 45 مليون مشترك حسب حصيلة حديثة لسلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية[8] مكن هذه الفيديوهات من الانتشـار ومشـاركتها عبر وسـائط مختلفة. وخاصـة شـبكة التواصـل الاجتماعي فيسـبوك والتي تمكنت فيها المرأة الجزائرية أيضـا من خلق عديد المجموعات النسوية التي تتشارك فيها المواضيع والاهتمامات.

➢ **التفاعلية**: سـمة طبيعية في الاتصـال الشـخصـي، وسـمة مفترضـة لوسـائل الإعلام الحديثة وفي مقدمتها الانترنت فالجمهور على الشـبكة ليس مجرد مستقبل لرسائل، وإنما مرسل لها في الوقت ذاته الأمر الذي يحقق مستوى مرتفع من التفاعل[9]. وهنا نلاحظ أن المدونات الجزائريات اسـتفدن من هذه الخاصـية كثيرا في خلق روابط تشـاركية مع غيرهن من المتلقيات ويبرز ذلك مثلا في خاصـية فتح التعليقات لإبداء الرأي في المدونات وكثيرا ما كانت المدونات تقمن بالرد على عديد التعليقات والاستجابة لبعض المطالب في تقديم وصفات جديدة أو نصائح فيما يتعلق بالعناية المنزل أو البشرة وغيرها...

➢ **اللاتزامنية**: تعني إمكانية إرسـال الرسـائل واسـتقبالها في وقت مناسـب للفرد المسـتخدم، ولا تتطلب من المشـاركين أن يسـتخدموا النظام في الوقت نفسه[10]، وهنا عديد المدونات تقمن بعملية تسجيل للفيديوهات ثم وضعها لاحقا والتفاعل معها، الأمر الذي يضـمن إمكانية المتابعة وإعادة المتابعة للفيديو وقت التفرغ فمثلا وصـل عدد مشـاهدات المدونة "أميرة ريا" فيما يخص روتينها اليومي في بعض الفيديوهات إلى أكثر من اثنين مليون مشـاهدة، كما يحدث أن تتوجه المدونات أحيانا إلى البث المباشـر وإعلام المتابعات والمهتمات بالوقت مسبقا. ليتحول الفيديو لاحقا إلى أرشيف المدونة ويبقى محل اهتمام ومتابعة وإن مر عليه وقت طويل من نشره.

➢ **تجاوز احتكارية الوسـائل التقليدية والرقابة السـلطوية (اتسـاع نطاق حرية النشـر)**: بالنسـبة لهذه الخاصـية تعتبر ميزة أسـاسـية لفعل التدوين بشـكل عام، والتدوين المرئي بشـكل خاص بحيث تتاح الفرصـة للمدونات مشـاركة عديد المواضـيع والقضـايا بطريقتهن الخاصـة(شـكلا ومضـمونا) متجاوزات بذلك زمن احتكار وسـائل الإعلام التقليدية التي كانت تمنح فيها فرص الظهور للمرأة وفق مسـاحات زمنية محددة سـلفا بالوقت وحتى توجه الوسـيلة الإعلامية، على عكس الفضـاءات الالكترونية الجديدة والتي شـكلت من خلال عرض فيديوهات عبر منصـة اليوتيوب فضـاء للبوح والتنفيس لقضـاياهن يومياتهن وحتى فضـفة لمشـاكلهن وربما لعب دور الناصح والمرشـد دون أن يخضـعن لمقص الرقيب، حتى وإن كان في هذه المدونات ألفاظ غير لائقة أو بذيئة أو تتناقض مع قيم وأخلاقيات البيئة الجزائرية وغريبة عن واقع الأسر ومعيشتها، فقد يحدث أن تطل المدونة من غرفة نومها أو بملابس النوم وهي تقدم نصائح وتتكلم عن روتينها اليومي، أو تطرح مواضيع تتعلق بالحياة الزوجية بتفاصيل يراها الكثيرين ربما صادمة وغير متفقة مع السـياق الاجتماعي... ومع ذلك يلاحظ أن هذا النوع من المدونات يحظى بنسـب

متابعة كبيرة ومثال ذلك مدونة Diva Rebecca والتي يتجاوز عدد متابعيها المليون متابع، وتحظى يومياتها بمشاهدات مرتفعة

➢ **<u>هويات مســـتعارة و تفاعلات افتراضـــية</u>**: ما يميز المدونات المرئية النســوية هي أن العلاقة بين طرفي الاتصــال في الفضــاء الالكتروني ليســت علاقة إنســـانية كما هي في المجتمع الواقعي، بل هي إنســـانية مفترضـــة، أي متفاعلة بين إنسـان وإنسـان عبر وسـيط آلي وبشـكل غير مباشـر[11] وهذا ما عزز في عملية التعبير ســواء على مســتوى صــاحبة المدونة أو المتفاعلات معها، فيسـجل على الكثير من المدونات رصـــد مثلا الروتين اليومي في ظل إخفاء ملامح الوجه والاكتفاء بعرض ديكور المنزل، والأمر يمتد حتى إلى الاسـم فتفضـل الكثير منهن تقديم نفسـها باسـم "أم...،الاسـم مع الولاية أو الجهة الشـاوية، القبائلية..." ونفس الشيء للمتابعات أو المتفاعلات اللواتي يسـجلن تعليقاتهن بالإيجاب أو السـلب، بالشـكر أو الذم وهن يختفين خلف أسماء مستعارة.

انطلاقا من الخصــائص التي تميزت بها المدونات المرئية النســوية يظهر لنا ســر انتشــارها واســتقطابها المســتمر لشــرائح نســوية مختلفة، الأمر الذي ســمح بتشكيل عوالم مختلفة من المواضيع والأفكار والقضايا النسوية.

ثانيا: أنواع المدونات المرئية النسوية الجز ائرية:

من الصـــعب حصـــر كل أنواع المدونات المرئية النســـوية من خلال هذه المداخلة، وانما كان هناك اجتهاد في عرض أهم التصــنيفات التي سـجلت بناء على ملاحظة الباحثتين والتي رصــدت لفترة زمنية قاربت الأســبوع عديد المحتويات عبر منصة يوتيوب وتم اختيار بعض النماذج بناء على متابعة شـهرة وسـمعة المدونات، نسب المشاهدة التي تحققها فيديوهات المدونات، التحديث المستمر لهذه المدونات وبعد اطلاعنا على مدونات عينة الدراســة، لاحظنا أن المدونات المرئية النســوية في الجزائر تتميز بتنوعها واختلاف مضــامينها وطريقة عرضــها، أي أنها تتمايز شــكلا

ومضـــمونا،لكنها تبقى قريبة جدا من بعضـــها البعض وتكاد تكون متشـــابهة في المضمون، ولتسهيل عملية التحليل قمنا بتقسيمها كالآتي:

أ-مـدونـات تعنى بـالروتين البيتي اليومي: **توجـه اهتمـامهـا للأعمـال المنزليـة اليومية**، هذه المدونات يمكن تقسيمها أيضا إلى نوعين:

- **مدونات خاصة بالطبخ:** وهي المتعلقة بتقديم وصفات في الطبخ خاصـــة منها تلك التي تهتم بالوصـــفات الاقتصـــادية التقليدية والحديثة، وبالإضـــافة إلى ذلك تقدم نصـــائح متنوعة في مجالات شـــتى، للمرأة الجزائرية الماكثة بالبيت والعاملة على حد ســـواء وكذلك المحترفة والمبتدئة، فغالبا ما نجد تلك القنوات تبســط طرق وأســاليب تحضــير الطعام ومختلف المأكولات بالتركيز على الشرح المتأني والحرص على استعمال مواد تكون متاحة وفي تناول الجميع، ومن أشــهر هذه القنوات قناة OUM WALID أو ما يعرف بشــهيوات أم وليد ، وكذلك قناة وصفات أمي الغالية، وقناة أم يارا.

- **مدونات خاصـــة بالتدابير:** وهذه تكون أوســـع من تلك المتعلقة بالطبخ، حيث تهتم بالإضافة إلى ذلك بعرض المشتريات على اختلاف أنواعها، وتتميز بتقديم النصائح حول تنظيم الديكور والبريستيج وكيفية الاهتمام بشكل المرأة من ماكياج وألبســـة في مختلف المناســـبات كالأعراس والأعياد والحفلات ...إلخ، تأتي عموما تحت تســميات متشــابهة" مطبخ وتدابير" تتبع باســم المدونة والتي في العادة تقدم نفســها باســم أحد أبناءها ومن أمثلة على تلك القنوات نجد مطبخ وتدابير أم دداح، مطبخ وتدابير زهرة، مطبخ وتدابير ســـارة، مطبخ وتدابير فاطمة الزهراء الجزائرية،مطبخ وتدابير أم البنات، مطبخ وتدابير زوجة جزائرية،أم جين، GLAM DZ...إلخ، كما تتجه بعض المدونات أحيانا إلى تقديم مجموعة من النصائح المتعلقة بالحياة الاجتماعية بشــكل عام مثلما تعلق بالحياة الزوجية، علاقة الزوجة بالحماة، صلة الرحم...

وعلى العموم يمكننا القول أن هذا النوع من المدونات المرئية للمرأة الجزائرية(**المدونات بالمنزل واهتمامات المرأة اليومية**)، تعمد إلى استخدام اللغة البسيطة والواضحة المتمثلة في اللهجة الدارجة والتي تتماشى ومستوى الاستيعاب لكل أنواع المرأة الجزائرية وغالبا ما تعتمد على شرح المستلزمات أو الأشياء التي تنطق باللغة الفرنسية، بالإضافة إلى ذلك فهي تراعي المستوى الاجتماعي الجزائري العام من خلال الحرص على استخدام المنتجات الاقتصادية في تحضير الأطباق والوصفات، كما أنها تركز على المنتجات ذات الأسعار المعقولة التي يمكن للمرأة ذات الدخل المحدود والمتوسط التعامل معها. وتميل إلى استخدام أساليب الإقناع العاطفية في جذب الفئة المستهدفة وتقريبها منها ومحاولة خلق حالة شعورية من الترابط العائلي وكأن المتابعة جزء من عائلة المدونة فتميل إلى استخدام مثلا مصطلحات" حبيباتي، عزيزاتي، خياتي، توحشتكم..."التركيز على استقرار الحياة الاجتماعية للمدونة وأهمية الأسرة من خلال عرض بعض البرامج أو الزيارات التي تقوم بها. وكثيرا ما تستهدف المدونات تسويق صورة المرأة الجزائرية المتمسكة بالتقاليد والعادات الاجتماعية المرتكزة على قوة العائلة وأهميتها، مثلا احياء المناسبات والأعياد وتقديم نصائح في كيفية التحضير والاحتفال وتقديم الوصفات بشكل جديد ومميز.

ب-المدونات الترويجية والاستهلاكية: وهذه المدونات بدورها تنقسم إلى قسمين:

- ❖ **المدونات الخاصة بعرض السلع:** وهنا نجد أن صاحبة المدونة تروج بطريقة مباشرة لمنتجات معينة وتحث متابعاتها على اقتنائها عن طريق اقناعهن بجودتها، وأسعارها الجيدة، مثل هذه المدونات تكون ترويجية بصورة مباشرة وذلك لكون صاحباتها تقمن بدور المعلن للسلع لأصحاب الماركات التجارية أو حتى المحلات وينلن بذلك نسبة من الأرباح كما يمكن أن تكون هي صاحبة تلك المنتجات وتقوم بالترويج لها لتحقيق الربح المادي بالدرجة

الأولى،وعادة ما تعقد هذه المدونات اتفاقية مع أصـحاب المحلات أو المنتجين وذلك بأن تقوم بالترويج للسـلع في شـكل فيديو مباشـرة من المحل والتعريف بأسـعارها ونوعيتها. ومن هذه المدونات نجد مدونة**Salmanoor dz** ، قناة **مطبخ أم أيوب الجز ائري** التي تهتم بالطبخ والحلويات ولكنها تعرض من فترة لأخرى جولاتها في محلات متنوعة مثل الجولة التي قامت بها في محل بيع لوازم الحلويات والمعروض في جزئيين متتالين، وكذا جولتها في محل لبيع الأواني المنزلية، وقد تكون هذه المحلات في سـوق واحدة وفي حالة هذه المدونة فهي دائما ما تركز على محلات المركز التجاري حمزة بباش جراح بالعاصـمة. مدونة**karima cuisine** التي تهتم هي الأخرى من حين لآخر بعرض جولاتها في محلات وأسـواق مختلفة، وهذه الجولات غالبا ما تكون مناسـباتية كاقتراب شـهر رمضـان أو الأعياد الدينية المختلفة ... وهناك الكثير من هذه المدونات المرئية نذكر منها، **مطبخ سمسومة، سلطانات المطبخ**...

كما نلاحظ في الآونة الأخيرة انتشـار المدونات التي تركز اهتمامها على عرض مسـتحضـرات التجميل وكل ما يتعلق بجمال المرأة وصـحتها، وأيضـا متابعة جديد لمختلف المنتجات من لباس، أحذية وأكسـسـوارت من حلي وحقائب يد وحتى نظارات، ما يضـمن أناقة المرأة وتميزها داخل وخارج البيت، وهنا اشـتهرت عديد المدونات الجزائريات(في الداخل والخارج) و اللواتي أنشـأن مدونات تحمل أسـماءهن مرفوقة في الغالب بمصـطلح"**Beauty**" ويقدمن مجموعة من النصائح والوصفات والتجارب الشخصية في اقتناء واستعمال عديد المنتجات، ويلاحظ على هذه المدونات اللجوء إلى اسـتخدام لغة شـبابية ذات مزيج لغوي فيملن إلى اسـتخدام اللغة الفرنسـية أو حتى الانجليزية ممزوجة ببعض العبارات من الدارجة الجزائرية، ويعكسـن نمطا معيشـيا يوصـف في الغالب بأنه بعيد نوعا ما عن الواقع الاجتماعي الجزائري، خاصـة عند الحديث عن بعض المتوجات ذات الأثمان المرتفعة، أو عند زيارة صالونات

الحلاقة أو حتى قاعات الرياضة والتي تظهر المدونات بأنهن يتمتعن باللياقة والصحة والجمال، نذكر بعضا من المدونات في هذا المجال:

Ryma Beauty addict,Ferry Beauty, InesBeuty, nour and m ,Ziya inspiration...

❖ **المدونات الخاصة بعرض المشتريات:** وهنا قد تكون عملية الترويج غير مقصودة بحيث تهتم صاحبة المدونة بخلق مواضيع روتينية متعددة فيحدث أن تشتري أشياء جديدة لبيتها مثل الأواني والأثاث واللباس والماكياج ... فتكون هذه المعروضات أحد روتيناتها اليومية التي تدخل ضمن المواضيع المطروحة في قناتها وهدفها من ذلك تعليم المتابعات كيفية ترتيب المنزل بمواكبة المنتجات الحديثة، التي تحصل عليها من محلات مختلفة بأسعار مقبولة وجودة مضمونة، وهي بذلك تكون بصدد الترويج لمنتجات محل معين بطريقة غير مباشرة خاصة إذا قامت بالتعريف بالمحل الذي اشترت منه أو وصف المكان الذي يقع فيه ومثال ذلك المدونة **أمينة بن حركات amina.benharkat** عندما تعرض مشترياتها غالبا ما تصف موقع المحل . وهو نفس الشيء الذي تقوم به مثلا **أم لجين** بحيث كل مرة تركز في روتينها اليومي على بعض المقتنيات الجديدة وتمرر رسائل بأماكن تواجدها وأسعارها وبنفس الأسلوب العاطفي المغلف بالتوجيه غير المباشر للمتابعات من أجل الحصول على تلك المقتنيات.

ج- المدونات الفنية (تمثيلية، ترفيهية، غنائية...) وهي كذلك تنقسم إلى قسمين:

❖ **تمثيل فكاهي فردي:** حيث تختص مثل هذه المدونات بتقديم قصة من واقع المجتمع الجزائري بطريقة فكاهية هزلية مثل **قناة نهلة tv**.

❖ **مدونات فكاهية بمواضيع متعددة:** وهي بدورها تنقسم إلى نوعين:

➢ **الأولى:** نجد صاحبة القناة تستعين بأشخاص معينين أحيانا يساعدونها في التمثيل لطرح القضية ما بصورة فكاهية، مثل ما تلجأ إليه **المدونة الفكاهية يامنة**.

➢ **الثانية:** وهي المدونات التي تكون صاحبتها ممثلة فكاهية ولكنها لا تعتمد فيها دائما على التمثيل فهي تعتمد على تنوع المواضيع حيث أحيانا تكون بصدد عرض حالة معينة بطابع فكاهي، وأحيانا أخرى تقوم بعرض واقعة حدثت لها بأسلوب عادي وعادة ما يكون جاد، كما وتلجأ أحيانا إلى عرض خرجاتها اليومية كالتسوق والتجول مثل قناة **malek.djeriou**.

د-مدونات المرأة الجز ائرية المغتربة: وهي نوعين

❖ **المدونات الخاصة بالروتينات اليومية ونمط العيش**: وهنا نجد صاحبة المدونة تركز على كل تفاصيل يومياتها وتحاول أن تقدم صورة على نمط حياتها في دولة أجنبية، ومن خلال ذلك فهي تعرض روتينات تحضيرها للاحتفال بالمناسبات المتنوعة كحفلات الزواج، حفلات عيد الميلاد، الحفلات والمناسبات العائلية بالإضافة إلى إحيائها للمناسبات الدينية كعيدي الفطر والأضحى وروتيناتها اليومية في شهر رمضان وكمثال على هذه المدونات مدونة mouni.ahalilali، وهي مغتربة بالسويد دائما ما تشارك متابعيها نشاطاتها اليومية وعلاقاتها الاجتماعية، كجلوسها مع صديقاتها وتحضيراتها للحفلات المختلفة والمناسبات ومثل هذه الحالات تصحب متابعيها افتراضيا في كل مشاويرها اليومية من ذهابها إلى صالون التجميل إلى تحضير نفسها كوضع الماكياج ونوع الفستان والزينة التي اعتمدتها في ذلك ...،و مدونة **lynunni** وهي مغتربة في كوريا ومتزوجة برجل كوري، أين تحاول دائما أن تكون حاضرة وتعرف متابعيها بنمط عيشها مع زوجها الكوري وطبيعة علاقتها بعائلته، كما تحرص على التعريف بعادات وتقاليد الكوريين وأساليب التعامل معهم، وتطلع

متابعيها على المجهودات التي تقوم بها من أجل تعريف أهل زوجها وأصـــدقائها هناك بعاداتها وتقاليدها الجزائرية.

❖ المدونات المرئية الخاصة بالتدابير المنزلية والطبخ:

تتمثل في المدونات المرئية التي تشـــرف عليها مدونات جزائريات مغتربات، وتختص غالبا بتدابير المنزل والديكور والعلاقة الأســـرية بين الأفراد في محاولة منها مشـاركة النساء الجزائريات يومياتها بتفاصيلها وأهم الأحداث فيها، وذلك من خلال عدة أنشـــطة أولها الطبخ وتربية الأبناء والاعتناء بالمنزل وإعطاء أفكار وتدابير عن الديكور وطرق التنظيف وترتيب المنزل، مثل مدونة **kahina kabyle** فهي بالإضافة إلى ما ذكرنا تحاول أن تشـــارك متتبعاتها مختلف نشـــاطاتها كالتحضـــير لاســـتقبال الضيوف وكيفية الاعتناء بجمالها وشكلها ...

ثالثا: أبعاد محتوى المدونات النسوية المرئية:

المدونات المرئية النسائية في الجزائر تتميز بتنوع مضامينها ومحتوياتها كما ذكرنا من قبل لكنها تحمل في طياتها أبعادا مختلفة، فإذا كانت في ظاهرها تبدو ذات طابع اجتماعي بمضمون بسيط يوجه لشـرائح مختلفة من المجتمع خاصة النساء منهم، إلا أنها قد تذهب إلى أبعد من ذلك، فمن خلال المواضـــيع المقدمة قد يتضـــمن المحتوى الذي تصنعه المرأة أبعادا أخرى تتداخل فيما بينها حسب طبيعة المضامين المطروحة في كل مرة، ومن خلال هذا العنصـــر ســـنحاول التفصـــيل في الأبعاد المختلفة لمضـــامين المحتوى الذي تصنعه المرأة الجزائرية عبر مدوناتها المرئية.

أ-البعد الاجتماعي:

يكمن البعد الاجتماعي للمدونات المرئية النســـائية في الجزائر، ومن خلال المدونات التي قمنا بالاطلاع عليها، في العلاقة الافتراضـية التي تنشـأ بين صـاحبة المدونة والمشـتركات فيها بحيث نجد أن طريقة الخطاب تكون موجهة للجمهور بأسـلوب بسـيط

يوحي بالألفة القائمة بين المدونة وبين مشـــتركاتها، وفي أثناء تقديمها لموضــوعاتها فهي تخاطب في كل موقف مشــتركة أو معجبة كانت قد اســتفســرت عن أمر معين، إن كان ذلك حول طريقة إعداد وصـــفة طبخ أو محل اقتنت منه منتوج معين أو غير ذلك من الأسـئلة التي تصـل للمدونة عبر التعليقات أو عبر وسـائط التواصـل الاجتماعي الأخرى كالإنستغرام أو الفايسبوك.

كما يكمن البعد الاجتماعي في النصـــائح التي تقـدمها المـدونـة خـارج محتوى الموضــوع المقدم أو ضـــمنه، فأغلب المدونات التي اطلعنا عليها عادة ما تخلق خطابا يتخلل الموضـوع الرئيسـي الذي هي بصـدد عرضـه مثل النصـائح المتعلقة بالأولاد في قناة **أم وليد** عندما تحث المرأة الجزائرية على اســتخدام الخضـــار بطريقة ذكية لتقديمها للأطفال، والكثير من التدابير التي تعكف **دداح** في تقديمها للمرأة الجزائرية...إلخ.

كما أن المدونات التمثيلية والفكاهية تتعرض صراحة للمشـاكل الاجتماعية التي يعانيها الجزائريين بصـــفة عامة والمرأة بصـــفة خاصـــة، فقناة **نهلة tv**تركز بكثرة على المواضـيع التي تهم الشـباب الجزائري بصـورة مباشـرة، وفي مدونة yamna fans نجدها تتطرق لأغلب المواضيع الاجتماعية التي تهم المرأة من زواج وغلاء المعيشـة كارتفاع سـعر مادة الزيت وندرتها...إلخ.

بالإضـافة إلى ذلك فإن البعد الاجتماعي يتجلى في التفاعل مع محتويات المدونات من خلال الدردشـــة الافتراضـــية التي تصـــنعها المدونات فعندما تعلق مشـــتركة حول الفيـديو وتبـدي رأيهـا نجـد من يؤدهـا ومن يعـارض ومن يحـايـد وغـالبـا مـا تكون هـذه الحوارات عبارة عن طرح لأفكار وتبادل معلومات.

ويكون هذا النوع من التفاعل في كل أنواع المدونات تقريبا ولكن بنسـب متفاوتة، وتكون نسبته أكثر في المدونات الخاصة بالتدابير المنزلية والطبخ والروتينات اليومية، ثم تليها المدونات المتعلقة بالروتينات اليومية للمغتربات، أما المدونات الترفيهية والتمثيلية فنجد فيها هذا النوع من التفاعل أقل حيث يميل المتفاعلين في هذا النوع من المدونات

إلى طرح أفكار حسب محتوى الفيديو وهذا ما سنتطرق إليه في الأبعاد الأخرى لأشكال التعليقات.

ب-البعد السياسي:

يكمن البعد السـياسـي في محتوى المدونات المرئية للمرأة الجزائرية من خلال المدونات الترفيهية والفكاهية وذلك بالنظر إلى طبيعة ومحتوى تلك المضامين فهي عادة ما تطرح مشـاكل يعاني منها الفرد الجزائري بصـفة عامة، كالبطالة والبيروقراطية والهجرة غير الشرعية، ومختلف المشاكل الاجتماعية والاقتصادية، فهي في مضمونها تحمل رسائل مباشرة أو غير مباشرة تشير إلى الظلم الاجتماعي الذي يعاني منه الشباب سيما في مجال الشغل وأزمة السكن وغلاء المعيشة...، والتي تكون أسبابها سياسية بالدرجة الأولى نتيجة فشل النظام السياسي وسوء التسيير، وتتطرق أغلب المدونات لهذه المشاكل، كمواضيع غلاء المواد الغذائية التي تشير لها المدونات الخاصة بالطبخ والروتين اليومي وذلك من خلال الحرص على تقديم أفكار وتدابير بمستلزمات ومكونات في المتناول.

بالإضـافة إلى ذلك فإن المدونات الترفيهية تتطرق صـراحة لتلك المواضـيع من خلال المحتوى الذي تقدمه كموضـوع التوظيف في الجزائر التي تطرقت له نهلة في قناتها، و مشكل البيروقراطية وتجسد ذلك في قصفها لإحدى موظفات بلدية حسين داي بالعاصـمة، والفيديو الذي تحدثت فيه عن سـوء المعاملة التي تعرضـت لها من موظفة الطيران في شركة الخطوط الجوية الجزائرية، وهذا دليل على انعدام الرقابة في الإدارات الجزائرية وحديثها عن المقطع الذي تم حذفه من مسلسل عاشور العاشر وهو إشارة إلى تدخل النظام في الأعمال الفنية التي لا يجب أن تتطرق للمشاكل السياسية في الجزائر.

أما من جانب التفاعل مع المدونات نجد معظم التفاعلات تدل على تأثر الشباب بتلك المحتويات سيما أن معظم التعليقات في مختلف المدونات المرئية لا تقتصر على العنصر النسوي فقط وإنما تتعداه إلى الرجال كذلك وهو ما نجده في فيديو لقناة نهلة

حول البطالة ، ويامنة في المعريفة وتعاطي المخدرات ونجد ذلك في الفيديو تمثيلي يحكي مرض زوجها وتعاطيه لعلاج خاص بالأمراض العصبية والتي تعجز عن اقتنائه بسبب حالتها الاجتماعية وضعف مدخولها وهنا تشير بصورة غير مباشرة إلى البديل تفطنت له وهو المساعدة التي تلقتها من أبناء حيها الذين ساعدوها ببعض الأدوية والأقراص المهلوسة أين استطاعت من خلالها تهدئة زوجها حسب ما جاء في الموضوع الذي قامت بتقديمه ، وهو إشارة ضمنية لانتشار تعاطي المخدرات بين الشباب خاصة في الأحياء الفقيرة من المجتمع الجزائري التي يعاني فيها الشباب قساوة الحياة بسبب غلاء المعيشة وقلة فرص الشغل.

كما أن المدونات التي تمتلكها جزائريات مغتربات، فهي الأخرى تحتوي على مواضيع متعددة ذات البعد السياسي في الكثير من الحالات من خلال إجابات المدونات على استفسارات المتفاعلين عن أساليب الهجرة إلى البلد الذي تتواجد به صاحبة المدونة والإجراءات اللازمة لذلك، وتطرق هذه المدونات كثيرا إلى مدى صعوبة العيش في الجزائر خاصة للشباب الذي بات يبحث عن أدنى فرصة للخروج منها من أجل تحسين وضعه الاجتماعي الذي ما فتئ يغدو مزريا يوما بعد يوم، وسكوت النظام في انتشار الكثير من الآفات كظاهرة الهجرة غير الشرعية.

كما أنه من خلال التعليقات عادة ما ينشأ نقاش افتراضي بين صاحبة المدونة والمتفاعلين أو المشتركين في القناة من جهة وبين المتفاعلين فيما بينهم من جهة أخر، كما يتجلى هذا النوع من التفاعل من خلال محاولة صاحبة المدونة الإجابة على استفسارات المشتركين والمتبعين في فيديوهات لاحقة.

وغالبا ما تأخذ تلك التعليقات أبعادا سياسية تحمل في طياتها التعبير عن سخط الشباب والشابات عن الظروف المعيشية الصعبة التي آلت إليها حالتهم في المجتمع الجزائري بسبب الأزمات المتلاحقة.

ج-البعد الثقافي:

تتجلى الأبعاد الثقافية في أغلب المدونات المرئية للمرأة الجزائرية لا سيما في تلك التي تختص بالطبخ والتدابير والروتينيات اليومية وذلك من خلال التعريف بالأطباق الجزائرية وأصلها، كما نجد ذلك في التعليقات حول المدن الجزائرية التي توجد بها سلع معينة دون أخرى وكذلك الحديث عن الأسواق والمحلات والشوارع التي تتواجد بها هذه المنتجات...، وهذا كله عبارة عن نقل ثقافة الآخر بصورة غير مباشرة.

أما عن المدونات التي تمتلكها جزائريات مغتربات في دول متعددة من العالم فإن البعد الثقافي يكمن في التعريف بثقافة الآخر كما رأينا في الثقافة الكورية والسويدية وحتى في عادات ونمط العيش في الولايات المتحدة الأمريكية، بالإضافة إلى ذلك فإن صاحبات هذه المدونات تحاول دائما إبراز الثقافة الجزائرية للآخر من خلال أنواع الأكلات الجزائرية خاصة التقليدية منها وكذلك اللباس الجزائري بمختلف طبوعه وانتماءاته.

د-البعد الديني:

تجسيد المبادئ الدينية والقيم الأخلاقية حاضر في مختلف المدونات المرئية للمرأة الجزائرية وأول ما يلفت الانتباه في ذلك هو طريقة تقديم العديد من المدونات إذ يبدأن حديثهن بالسلام وحتى الصلاة والسلام على رسول الله كما نلاحظ تفضيل الكثير من المدونات عدم إظهار شخصياتهن، يتعلق الأمر هنا بمدونات التدابير والروتينيات اليومية، أما في باقي المدونات فإن القيم الدينية تتجلى في نوع المواضيع التي يتم التطرق إليها والتي تراعي الذوق العام ومبادئ المجتمع الجزائري خاصة من تلك المواضيع التي تقدمها المدونات الترفيهية والتمثيلية، أما المدونات الخاصة بالمغتربات فنجد أن صاحباتها معظمهن محجبات مثل **amira raya**، **mouniahalilali**، **wayat 's word** جزائرية في أمريكا...إلخ وحتى غير المحجبات منهن فإنهن تحرص على أن تكون موضوعاتهن مطروحة بطريقة أخلاقية تتماشى والثقافة الدينية والمبادئ الأخلاقية

للمرأة الجزائرية التي تنتمي إلى مجتمع محافظ بالدرجة الأولى، مثل **lynunni**، **ninadhlb**...إلخ

ومن جانب التفاعل مع تلك المدونات المرئية فإن البعد الديني لمسناه في التعليقات التي تدعو دائما صاحبات القنوات إلى التمسك بدينهن ومبادئهن وعدم الانجرار خلف ثقافة الآخر وذلك بصورة كبيرة في التعليقات الخاصة بالمدونات المتعلقة بالمرأة الجزائرية المغتربة، بالإضافة إلى الكثير من التعليقات التي نجدها في القنوات المتعلقة بالترفيه والتمثيل بحيث غالبا ما نجد تعليقات تحث صاحبات هاته المدونات على ضرورة الالتزام بالحجاب وعدم الظهور بصورة المرأة غير المحتشمة وعادة ما تكون تلك التعليقات ذات بعد سلبي يعكس خطاب الكراهية والتمييز بين الجنسين وبين المرأة المحتشمة من دونها، وهنا نجد كثيرا تلك النقاشات التي تنشأ بين المتفاعلين فمنهم من يؤيد ذلك الخطاب السلبي ومنه من يعارضه ويدعو أصحابه إلى ضرورة احترام حرية التعبير وإبداء الرأي منهم من يكون محايدا يدعو إلى ضرورة التحلي بروح التفاهم والاحترام فيما بينهم. وفي هذه الحالات لا نجد كثيرا من ردود صاحبات المدونات على هذا النوع من التعليقات إلا نادرا جدا، وهذا شيء طبيعي لأن صاحبة المدونة يجب أن تتمتع بروح رياضية تتقبل من خلالها كل التعليقات وهي حرة في الرد من عدمه لكن في حالة الرد يجب أن يكون بطريقة لبقة وليست عدائية.

هـ-البعد الاستهلاكي والترويجي:

ويكون في استخدام المدونة محتواها لتحقيق الربح المادي بواسطة الترويج لمنتجاتها وسلعها الخاصة ويكون ذلك في مجالات متعددة مثل الخياطة والطرز وصناعة الحلويات ومختلف الحرف والصناعات التي تمارسها صاحبة القناة في حد ذاتها...

كما تختص الكثير من المدونات المرئية للمرأة الجزائرية فيعرض منتجات استهلاكية مختلفة لمحلات معينة أو منتجات لشركة ما، وذلك من خلال عقد اتفاقية بتوظيف قناتها للترويج لسلعه أو منتجاته سواء كانت هذه السلع والمنتجات مواد

تجميل أو ألبسة أو أثاث منزل أو أواني وبذلك تكون هي شريكة في الربح وقد يتخذ شكل هذا الترويج نوعين هما:

- ❖ **الترويج المباشر:** بحيث نجد صاحبة المدونة تقر صراحة بأنها تروج لسلع أو منتجات جهة معينة وتستخدم كل أساليب الإقناع والخطاب الترويجي الرنان من أجل دفع متتبعاتها إلى التفاعل معها والمساهمة في اقتناء ما تروج له من سلع أو منتجات مختلفة.
- ❖ **الترويج غير المباشر:** وهنا نجد صاحبة القناة أو المدونة تعرض لمتتبعاتها مشترياتها المختلفة وفي كل مرة تجلب لهن أشياء ومنتجات جديدة وحديثة خاصة ما تعلق بالأواني والأجهزة الكهرو منزلية وملابس الأطفال.. وهنا نجد المدونة تعرض علينا مشترياتها وتحرص على التعريف بالمحل الذي اشترت منه وتستخدم في ذلك الاستمالة العقلية والعاطفية بالتأكيد على جودة هذه المنتجات بالإضافة إلى مناسبة أسعارها مقارنة بالمحلات الأخرى.

و-البعد الجغرافي:

يمكن تقسيم المدونات المرئية النسائية في الجزائر حسب مجالاتها الجغرافي إلى:

❖ **مدونات وطنية:**

وهي المدونات التي تنشط في إطار عام وتوجه محتوياتها لكل شرائح المرأة الجزائرية على اختلاف ثقافتها ومستواها، ومن مثل ذلك مدونات الطبخ والتدابير المنزلية والتي تكون تسميتها عادية مثل شهيوات أم وليد، مطبخ وتدابير دداح، glam dz ...إلخ، لأن محتوى هذه المدونات لا يشير إلى المنطقة التي تتواجد بها هذه المدونة وتنقل فكرة لمتتبعيها بأنها مدونة جزائرية موجهة لكل الجزائريات خارج وداخل الوطن.

❖ **مدونات محلية:**

وهي تلك المدونات التي تحرص صاحباتها على ذكر المنطقة التي تنتمي إليها من خلال التسمية مثل قناة حنان الجيجلية، سارة الشاوية أو **djurdjura.kahina**...، وهذه المدونات تختص إما بتقديم وصفات للطبخ خاصة بمنطقتها أو التعريف

بالعادات والتقاليد الخاصــة بتلك المنطقة ســيما فيما تعلق بنمط العيش وأســاليب الاحتفال بالمواســم الدينية والأعياد، كما نجد مثل هذه القنوات تحاول التعريف بالمنطقة المتواجدة فيها من خلال عرض مجال خارجي لمناظر طبيعية أو التعريف بالمحلات والأسواق المشهورة في المنطقة مثل **قناة مطبخ أم أيوب الجزائري** التي تقدم في كل مرة محل من محلات المركز التجاري حمزة بباش جراح بالعاصــمة، وكذا مدونة **cuisine karima**. ومنهن حتى من يســتخدمن اللغة الأمازيغية فنجد مثلا مدونة ســارة الشاوية في كثير من عرض يومياتها تستخدم عبارات بالشاوية والأكثر من ذلك نجدها تحرص على مرافقة والدتها لها في اليوميات وطرح عديد الأســئلة التي تعكس التراث الشاوي وتقاليد منطقة باتنة من طعام ولباس وذلك بالشاوية.

❖ **مدونات خاصة بالمغتربات:**

وهذه الأخرى تتنوع فمنها من تهتم بتقديم محتوى موجه للمرأة الجزائرية المغتربة، وهناك من هذه المدونات من تقدم محتوى لكل النســاء الجزائريات في الداخل والخارج.

رابعا: استنتاجات عامة:

- تنفرد المدونات النســوية المرئية في الجزائر بكونها ذات طابع واحد فهي تتميز بالتقليد والمنافســة في مجالات متشابهة سواء من ناحية التســمية مثل أم وليد أم دداح أم يارا أم تقوى ملاك، وعين الأمر نجده في المدونات المرئية الأخرى كاســتخدام رمز tv أو dzأو beauty ...في تســمية هذه المدونات، بالإضافة إلى التركيز كثيرا على الأسماء المستعارة لهذه المدونات.
- لم تخرج المدونات المرئية النسوية الجزائرية عن طابع وسائل الإعلام التقليدية التي حملت دائما صورة سطحية وغالبا سلبية عن المرأة الجزائرية التي لا تهتم إلا بالطبخ والخياطة والمنزل والديكور والتجميل والأزياء...، فالمدونات المرئية للمرأة الجزائرية لم تكن لها الجرأة للخوض في المجالات

الكبرى كالسـياسـة والتعليم والمغامرة بالنظر إلى العديد من المدونات المرئية النسـائية في الدول الأجنبية وحتى في الوطن العربي، وكأن المرأة الجزائرية لا تتقن سـوى هذه المجالات السـطحية. ويتفق هذا الرأي مع أحد الآراء التي استعرضها الباحث" **الصادق الحمامي**" من خلال كتاب" **الاعلام وقضايا المرأة**" حيث كتب قائلا: " إن التكنولوجيا قد أتاحت للمرأة بأن تنتج نصـوص وأن تتواصل مع الآخرين، لكنهن لم يستطعن التحرر من أسر الثقافة التميزية التي تلح على جندرة الهيئة واللغة والسـلوك والمعرفة والأدوار والفضـاءات، فأغلب النساء مازلن من خلال المدونات يؤكدن على قضايا خاصة بهن كالكتابة عن سـيرتهن الذاتية وأحداثهن اليومية ورحلات التسـوق ووصـفات الطبخ والماكياج والحديث عن تجارب الحمل والولادة مما جعل البعض يصـفها بمجالس الحريم، كل هذا يوحي بعدم تحررهن من النسـق الثقافي التقليدي، حيث عملت المرأة من خلال هذا الفضاء الواسع على توزيع الأدوار على أساس الجنس فللرجل عالم المال والتجارة ولها الطبخ ورعاية الأطفال..."[12]

- إخفاء عديد المدونات الجزائريات لشـكلهن الحقيقي يوحي بعدم جاهزية هاته النسـاء لمواجهة المجتمع بشـكل مباشـر وهذا دليل على أن المرأة الجزائرية مهما تطورت ينظر لها دائما بعين النقص وهي تخضـع دائما للرقابة من الرجل الذي غالبا ما يعيق تقدمها، ضف إلى ذلك الرقابة المجتمعية.
- توثيق يوميات المدونات وروتينهن اليومي نقل الحياة الاجتماعية الشخصية من الحياة الخاصة إلى الحياة العامة (une documentation de la vie privée qui est rendue publique) وأصـبحت هناك اشـكاليات بخصـوص الحد الفاصل بين الحياة العامة والخاصـة، وحتى الخصـوصـية والنشر على الانترنت.
- تحول المدونات من شـخصـيات عادية إلى نجوم يتمتعن بنسـب مشاهدة عالية، وأيضا يمتلكون ألاف وحتى ملايين المتابعين الذين قد يتأثرون

بالمحتوى المقدم وطبيعة النصائح الموجهة وحتى نمط المعيشة والسلوكيات المقدمة عبر هذه المدونات، مما يجعلهم في موضع القدوة والنموذج للكثيرين وخاصة الشابات والمراهقات ما يطرح اشكاليات المحتوى المقدم وأهميته.

- يمكننا القول أن المرأة المدونة في الجزائر صار بإمكانها منافسة المرأة البارزة في الإعلام التقليدي خاصة التلفزيون سواء في الفن أو التمثيل أو قنوات الطبخ وحتى أشهر خبيرات التجميل، وهذا من خلال ما لاحظناه من لجوء العديد من القنوات التلفزيونية الجزائرية إلى توظيف العديد من هاته المدونات في برامجهن بل أصبح للكثيرات منهن برامج خاصة بهن، نذكر على سبيل المثال أم وليد وبرنامجها في قناة سميرة، الفكاهية نهلة في قناة الشروق tv، يامنة في برنامج على قناة lina tv، كذلك الفكاهية مليكة جريو قامت بالتمثيل في سلسلة فكاهية بعنوان طوال اللسان، في شهر رمضان على قناة الشروق tv.

الخاتمة:

إن دراسة موضوع التدوين المرئي يعتبر اليوم من البحوث التي تستحق اهتماما من طرف الباحثين، لما تشكله هذه الظاهرة الاتصالية الحديثة من أهمية متزايدة تزايد عدد المستخدمين لهذه المدونات سواء كانوا من صناع محتوياتها أو متلقين ومتفاعلين معها.

ويحقق توجيه النظر نحو المدونات المرئية النسوية الجزائرية، فتح باب النقاش والبحث واسعا أمام المهتمين لتسليط الضوء على هذه المدونات وما باتت تنتجه من مضامين تؤثر بشكل أو آخر على شرائح كبيرة من المتابعين، وعليه فمن الضروري مستقبلا تعميق الدراسات في هذا الموضوع، دراسات يمكن أن تقدم في محاور متعددة تتجه نحو ضرورة تكامل المقاربات الكيفية والكمية (دراسات تحليلية في مضامين هذه المدونات، دراسات على مستوى القائمين بفعل التدوين وأيضا دراسات تتجه إلى المتلقي

والمتفاعل معها) بما يخدم إمكانية تغطية هذه الظاهرة الاتصالية الحديثة وتقديم فهم أكثر لأبعادها.

قائمة المراجع المعتمدة:

---

[1]محمد عبد الحميد، المدونات **الإعلام البديل**،ط1عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009،ص59.

[2]ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام،مصطفى يوسف كافي، **تكنولوجيا الاعلام والاتصال**،ط1،دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع،عمان،2014،ص 222.

[3]Molyneaux, H., K. Gibson, et al. (2007). **New Visual Media and Gender: A Content, Visual and Audience** Analysis ofYouTubeVlogs. Proceedings of the International Communications Association (ICA 2008), Montreal, Canada, May 22-26.

[4]Heather Molyneaux, Susan O'Donnell, Kerri Gibson and Janice Singer ,**Exploring the GenderDivide on YouTube: An Analysis of the Creation and Reception of Vlogs**. American Communication Journal Vol. 10, No. 1, Spring2008 ,p2

[5]عمر الحمري، الvlog أو المدونات المرئية مالها وماعليها. عالم التقنية.2016/09/03. متاح على https://www.tech-wd.com/wd/2016/09/03/%D8%B8%D8%A7%D9%87%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%80vlog-%D8%A3%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AF%D9%88%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B1%D8%A6%D9%8A%D8%9B-%D9%85%D8%A7-%D9%84%D9%87%D8%A7-%D9%88%D9%85/.تاريخ ووقت الزيارة: 2021/04/26، 4:14

[6]Olivia Baker , Je vlog donc je suis : analyse multimodale de la performance des vloggers gais, lesbiennes et bisexuel.les. Mémoire présenté en vue de l'obtention du grade de Maîtrise
en Sciences de la Communication , Département de Communication, Faculté des Arts et Sciences, Université de Montréal,Canda,2017 .p5.

[7]IBID ,p6.

[8]الشروق أونلاين،هذا عدد المشتركين في شبكتي الهاتف الثابت والنقال في الجزائر، 2021/03/13، متاح على الرابط-https://www.echoroukonline.com/%d9%87%d8%b0%d8%a7-%d8%b9%d8%af%d8%af-%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b4%d8%aa%d8%b1%d9%83%d9%8a%d9%86-%d9%81%d9%8a-%d8%b4%d8%a8%d9%83%d8%aa%d9%8a-%d8%a7%d9%84%d9%87%d8%a7%d8%aa%d9%81-%d8%a7%d9%84%d8%ab%d8%a7، تاريخ ووقت الزيارة: 2021/04/26، 13:55.

[9]شفيق،حسنين. **الاعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية**. دار الفكر وفن الطباعة والنشر والتوزيع،ط.1،القاهرة، 2010.ص 35.

[10]هارون منصر، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية**،دار الألمعية للنشر والتوزيع، ط1، قسنطينة، 2012، ص52.

[11]نديم منصوري، **سوسيولوجيا الانترنت**.ط1، منتدى المعارف، بيروت،2014، ص23

[12]وليدة حدادي،**الاعلام وقضايا المرأة**، مركز الكتاب الأكاديمي،ص298، متاح جزء للمطالعة منه على الرابط: https://books.google.dz/books?id=w-JSzQEACAAJ&printsec=frontcover&hl=fr#v=snippet&q=298%20-297&f=false، تاريخ ووقت الزيارة: 2021/04/26، سا: 15:43.

المدونات الالكترونية النسائية فضاءات تواصلية لمناقشة مواضيع المرأة

المدونات المرئية الجزائرية على موقع اليوتيوب أنموذجا

الاسم واللقب: سلمى مساعدي | **الاسم واللقب: سهام همال (ط د)**

جامعة أم البواقي | **جامعة باتنة 1**

Selmabiba01@gmail.com | ***sihemhemal@gmail.com***

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن علاقة المرأة بفضاءات التدوين كفضاءات أفرزتها التطورات الحاصلة في المشهد الإعلامي الرقمي، والتعمق بالبحث أكثر في خصوصية التدوين المرئي النسوي باعتباره شكلا مستحدثا من أشكال التواصل التي أتاحتها بيئة التدوين عامة والبيئة الجزائرية خاصة، وذلك من خلال مقاربة تحليلية لعينة من المدونات المرئية الجزائرية على موقع اليوتيوب.

الكلمات المفتاحية: المدونات الالكترونية، المدونات النسائية، المدونات المرئية، موقع اليوتيوب.

Abstract

This study aims to reveal the relationship of women with blogging spaces as spaces produced by developments in the digital media landscape, and to delve more deeply into the specificity of female vlog as a new form provided by th blogging environment in general and the Algerian environment in particular, through an analytical approach to a sample of Female Algerian Youtubers.

Keywords*: *Blogs, women's blogs , vlogs , youtube .

مقدمة

بدأت علاقة المرأة الجزائرية بوسائط البيئة الرقمية منذ سنوات عديدة خلت، فبظهور شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت فئة واسعة من النساء الجزائريات إيجاد مساحة لها ضمن عوالم تلك البيئة كمستخدمة نشطة ومتفاعلة مع كامل عناصر البيئة الرقمية ومكوناتها، متجاوزة بذلك الصورة النمطية التي أقرت لسنوات بأن المرأة تعيش بمعزل عن التكنولوجيا وأن التحكم في التقانة من اختصاص الرجل.

ولعل استخدامات المرأة الجزائرية لموقع الفيس بوك كأحد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شهرة وانتشارا بين فئات المجتمع، مؤشر واضح على تعدد الأنشطة الرقمية التي مارستها وتمارسها من خلاله، والتي تعددت تبعا لتعدد أهداف النساء المستخدمات وتمثلاتهن عن الموقع. لتطرق بعد ذلك فئة النساء باب التدوين المرئي الذي تحتضنه العديد من الوسائط أبرزها تطبيقات الانستغرام، تيك توك واليوتيوب، في ظاهرة سابقة من نوعها واكبت من خلالها المرأة الجزائرية مستجدات البيئة الرقمية في العالم الغربي والعربي على حد سواء، نتحدث هنا عن ظاهرة النساء المؤثرات على تلك الشبكات أو ما يعرف بـ*les influenceuses*.

وعليه جاءت هذه الدراسة في محاولة للاقتراب من هذا النوع المستحدث من النشر الالكتروني لفئة مخصوصة من فئات المجتمع الجزائري وهي فئة النساء، وهو ما سنكشف عنه في هذه الدراسة التحليلية، وذلك من خلال التطرق إلى جملة العناصر الآتية:

- المدونات الالكترونية دلالة المفهوم
- التدوين الالكتروني المرئي أحد أشكال المدونات الالكترونية
- التدوين الالكتروني النسوي: الدوافع والحاجات
- في علاقة المرأة العربية بالتدوين الالكتروني

- المرأة الجزائرية وفضاءات التدوين المرئية: مقاربة تحليلية

واستنادا إلى ما سبق **تهدف** هذه الدراسة بشكل عام إلى الكشف عن علاقة المرأة بفضاءات التدوين عامة وصولا إلى الكشف عن خصوصية التدوين المرئي النسوي باعتباره شكلا مستحدثا من أشكال التواصل التي أتاحتها بيئة التدوين عامة والبيئة الجزائرية خاصة، وهو ما يدعوا الباحثة إلى تحديد جملة من الأهداف الجزئية لهذه الدراسة والتي يمكن إيجازها فيما يلي:

-الوقوف على مفهوم التدوين الالكتروني والتدوين الالكتروني المرئي كأحد أبرز أشكاله في وقتنا الحاضر.

-الكشف عن دوافع التدوين الالكتروني بالنسبة لفئة النساء، ومختلف الحاجات التي تقف وراءه وتغذيه.

- تحديد علاقة المرأة العربية بفضاءات التدوين الالكتروني من خلال حضورها الرقمي ضمن تلك الفضاءات.

- الكشف عن خصوصية التدوين المرئي النسوي في البيئة الجزائرية، من خلال رصد أبعاد الهوية الافتراضية للمرأة المدونة، والمواضيع النسائية التي تناقشها.

1 المدونات الالكترونية دلالة المفهوم

يشير مصطلح المدونات الالكترونية إلى ذلك النوع من أنواع المواقع الالكترونية التي تكتب فيها التدوينات لنقل الأخبار أو التعبير عن الأفكار وتسجيل المذكرات، ويتولى صاحب المذكرة إدارتها وإضافة النصوص والوثائق والوسائط المتعددة من صور ومقاطع صوتية ومرئية، مع إمكانية الحذف والتعديل، وتنشر التدوينات في المدونة وفق تصنيفات يحددها صاحب المدونة مع أرشفتها آليا حسب تاريخ النشر، ويتم ترتيب المحتوى في الأغلب ترتيبا زمنيا من الأحدث إلى الأقدم." [1]

والمدونات هي صفحات انترنت تظهر عليها مدخلات مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا، تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل تدوينة عنوان دائم لا يتغير، مما يمكن القارئ من الرجوع إليها في وقت لاحق، كل ذلك من خلال واجهة بسيطة

تكاد تماثل واجهات مواقع البريد الالكتروني، التي ترفع عن المستخدم عبء التعقيدات التقنية المرتبطة عادة بهذا النوع من النشر، دون الحاجة إلى معرفة بقواعد البرمجة أو أسس تصميم ونشر صفحات على الإنترنت.[2]

ويرى ***Istmane*** أن المدونات الالكترونية هي عبارة عن سجلات تجمع الأفكار والتأملات والأحداث في حياة الكاتب أو المستخدم مع إمكانية التعليق من طرف القراء، وتعزيز تبادل الأفكار من خلال تطوير النقاش بين المستخدمين، حيث تعتمد على خاصية المصادر المفتوحة وإمكانية النشر المباشر للمضامين.[3]

وعلى الرغم من تعدد أنواع المدونات الالكترونية واختلاف أشكالها، إلا أنها تشترك في تصميمها الأساسي، المكون من مجموعة عناصر ثابتة هي في الغالب " رأس أو شريط المدونة، عمود الإدراجات وأعمدة ملحقة"، في حين تضم المدونة عناصر أخرى تتغير من مدونة إلى أخرى، وإن كانت كلها قادرة على استيعاب أشكال المحتوى من " صور، نصوص، مقاطع صوتية، فيديوهات وغيرها ".

2 التدوين الالكتروني المرئي أحد أشكال المدونات الالكترونية

يقتضي فهم ظاهرة التدوين الالكتروني وما تحيل إليه من أبعاد واستخدامات متعددة، تصنيف المدونات الالكترونية إلى أنواع وفئات، حيث عمد الباحثون والأكاديميون إلى تقسيمها وفقا لرؤى مختلفة، فمنهم من ركز على خصائص المحتوى، ومنهم من ركز على خصائص المدونين، وهناك من اهتم بالأهداف المرجوة منها، كما اهتمت طائفة أخرى بالطريقة التي يتم فيها تقديم وكتابة المحتوى.

حيث يعتمد هذا التصنيف الأخير (حسب طريقة تقديم المحتوى) على خصوصية طابع الحامل الذي تظهر فيه المدونة الالكترونية، والذي تكتسب بفضله خصائص الوسيلة التي تعرض وتقدم من خلالها. ويمكن تصنيف المدونات الالكترونية استنادا إلى طريقة العرض والتقديم إلى فئات هي:

المدونات النصية، المدونات الصوتية، مدونات الصورة، **المدونات المرئية أو مدونات الفيديو**، وهو الشكل الذي عرف انتشارا كبيرا ورواجا بين العديد من فئات المستخدمين وخاصة فئة الشباب، وفيما يلي بعض التعريفات التي تناولت ظاهرة التدوين المرئي.

ففي تعريف لحسين شفيق جاء فيه بأن مدونات الفيديو" هي مدونات تعتمد على كاميرا الفيديو، حيث يقوم المدون بتصوير نفسه وهو يتحدث عن الموضوع الذي يريده، أمام كاميرا الفيديو ثم ينتقل إلى مرحلة المونتاج أو التعديلات عن طريق بعض البرامج، بعد ذلك يحدد المدون المكان الذي يريد أن يضع فيه تدوينته المرئية، وعادة ما يتم استخدام موقع اليوتيوب، ومن ثم يستطيع المدون اقتباس الفيديو وإعادة وضعه في مدونته الشخصية أو في بقية المواقع الأخرى حتى تصل تدويناته المرئية إلى أكبر عدد من المشاهدين.[4]

في حين يشر فوزي شريط إلى أن التدوين المرئي أو ما يسمى vlogاختصارا لكلمة video blog وهي عبارة عن مدونات تستعمل فقط إدراجات الفيديو، حيث يسمى صاحب المدونة vloggerأما مصطلح vlogsphereفيطلق على مجموع مدونات الفيديو والمواقع التي تحتضنها وشبكات التواصل باستخدام التدوين المرئي، وقد تم تداول هذا المصطلح لأول مرة في عام 2002.

لا يتطلب التدوين المرئي الكثير من المعدات والأجهزة، إذ يحتاج المدون إلى مدونة عادية ومجموعة من مقاطع الفيديو الشخصية ثم يقوم بنقلها إلى إحدى المواقع المستضيفة لوسيط الفيديو ولعل أبرزها موقع اليوتيوب، ومن ثم يقوم بنشرها على مدونته.

هكذا وفرت المدونات المرئية المزيد من فرص التدوين في المواضيع الشخصية، الأحداث الواقعية، الخبرات.. وغيرها، أصبح من الممكن للأفراد استعمال المدونات المرئية لتحقيق التعارف بين الثقافات، كما سمحت تلك المدونات بالاتصال على عدة مستويات شخصية فتحولت بذلك إلى وسيلة تفاعل جديدة بين المستخدمين. [5]

3 التدوين الالكتروني النسوي: الدو افع والحاجات

مع بدايات ظهور التدوين الالكتروني إلى العالم اقتصر استخدام المدونات على الأفراد الذين يمتلكون مهارات البرمجة اللازمة، ومع إدخال برامج مجانية وسهلة الاستخدام في السنوات اللاحقة، ازداد عدد المدونات بسرعة هائلة وعرفت انتشارا واسعا بين مختلف الفئات، ومع ظهورها جذبت المدونات فئة النساء لإنشائها وقراءتها أكثر من أي وسيلة اتصال أخرى قائمة على الإنترنت، على عكس الأشكال الأخرى من التواصل عبر الكمبيوتر مثل منتديات النقاش أو غرف الدردشة، إذ يبدو أنها (المدونات) قدمت للمرأة مكانا آمنا لاستكشاف حياتها والتواصل مع الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة.[6]

هكذا انتشرت المدونات على نطاق واسع كبديل لوسائل الإعلام الرئيسية لأنها وفرت منتدى للأشخاص العاديين كالنساء مثلا لتبادل وجهات نظرهم وخبراتهم مع مستخدمي الإنترنت الآخرين، وأتاحت هي وغيرها من الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل بسرعة ومشاركة المعلومات والموارد الأخرى والتعاون في تجميع المعارف الجماعية، وعلى وجه الخصوص وفرت المدونات لفئة النساء ساحات للمعارضة والنقاش، والتي يمكن أن تترجم إلى معرفة وشعور بالتمكين الذي يعد أمرًا ضروريا للتحول الاجتماعي والتنمية.[7]

وقد وجدت النساء أن المدونات مفيدة للتواصل والتعبير عن أنفسهن لعدة أسباب من بينها، أن المدونات الإلكترونية تتمتع بسرية تامة مما يعني أنه لا يتعين على النساء الكشف عن جميع المعلومات المتعلقة بهن، حيث يمكنهن تقديم أنفسهن بالطريقة التي يفضلنها إضافة إلى انخفاض أهمية المظهر الجسدي، مع التركيز بشكل أكبر على التمثيل من خلال العناصر النصية وغير النصية ما يعني تقليل المسافة الجسدية، التي تُعتبر قضية مهمة بالنسبة لبعض النساء، وأخيراً سيطرة أكبر على الوقت وسرعة المحادثة. [8]

إن ممارسة النساء لفعل التدوين وانتشار المدونات الواسع في الكثير من دول العالم، قاد عددا من الباحثين إلى الكشف عن الدوافع الظاهرة والخفية التي حركت النساء وجعلت منهن فاعلا أساسيا في الفضاء الافتراضي من خلال تواجدهن عبر المدونات الالكترونية.

وعن دوافع التدوين النسائي جاء في دراسة أعدتها ***Pedersen*** من خلال تحليل تجريبي ل50 مدونة من مدونات المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية، تم اختيارها باستخدام دليل المدونات Globe of Blogs، توصلت فيها إلى وجود خمس دوافع رئيسية تقف وراء إنشاء النساء للمدونات، هذه الدوافع هي :الرغبة في توثيق حياة المدون – خاصة أن النساء يملن إلى التدوين عن حياتهن الشخصية- التعبير عن المشاعر العميقة ، تطوير الأفكار من خلال الكتابة ، الحصول على التعليقات والآراء، وأخيرا تشكيل وصيانة المجتمعات والمنتديات الافتراضية التي تغذيها دائما النقاشات والتفاعلات عبر التعليقات.[9]

في حين أكدت دراسة أخرى ل ***Somolu*** ركزت هي أيضا على دوافع التدوين النسائي، أن اعتقاد النساء بأن للمدونات الالكترونية قدرة على تمكينهن، كان الدافع الرئيسي الذي جعلهن يقبلن على التدوين، فبحسب النساء الإفريقيات فإن قوة المدونة كأداة لتمكين المرأة تكمن في قدرتها على توفير وسيلة للتعبير عن أنفسهن والتواصل مع النساء الأخريات، كما تستفيد العديد من النساء من قدرة المدونات على أن تكون أداة محادثة قوية تصل إلى جمهور واسع، وبالنظر إلى انخفاض عدد النساء العاملات في وسائل الإعلام الرئيسية من المحتمل أن يكون عدم الرضا عن كيفية تمثيلهن في تلك الوسائل، قد دفع النساء إلى اللجوء إلى المدونات كوسيلة لتصوير القصص الحقيقية عن حياتهن، حيث كانت الوسيلة الأفضل لإعداد التقارير وكتابة التعليقات حول جميع جوانب حياة المرأة في إفريقيا.[10]

فبالإضافة إلى دوافع التدوين التي عددناها سابقا، أضافت ***Pedersen*** دافعا آخرا هو الدافع المادي، حيث كان الدافع المالي قويا بشكل خاص بين المدونات اللائي

يبحث عن طرق جديدة لإيجاد دخل بديل للعمل بدوام كامل خارج المنزل، ويمكن للمدونات أيضا أن تتحول إلى مصدر مالي من خلال حمل الإعلانات أو طلب الاشتراكات، وقد تكون الإعلانات مدفوعة حيث تدون النساء عن منتجات أو خدمات معينة في مدوناتهن مقابل الدفع، كما يمكن أن تتحول المدونات النسائية إلى مصدر مالي من خلال النشر المطبوع للمدونة بالكامل، إذ يوجد الآن الكثير من المدونات المنشورة على شكل ورقي والمعروفة باسم *blooks*.[11]

كما تستخدم نساء أخريات مدوناتهن كمكان للكتابة الإبداعية وتلقي الملاحظات من قراء قصصهن القصيرة أو أشعارهن وأفكارهن حول مجموعة واسعة من المواضيع، ومع ذلك فإن هذه المدونات ودوافعها للتدوين يمكن أن تتغير وتنمو بمرور الوقت.[12]

وبهدف الكشف عن الحاجات النفسية التي تقف وراء ممارسة المرأة لفعل التدوين قامت ***Gina Masullo بإجراء*** دراسة شملت 321 امرأة مدونة، توصلت من خلالها إلى وجود ثلاث حاجات نفسية رئيسية تحدد مفهوم النساء لفعل التدوين، وقد قسمت تلك الحاجات إلى الآتي:

الحاجة إلى الكشف عن الذات والإفصاح عنها: فكلما زادت حاجة المرأة إلى الإفصاح عن نفسها، زاد احتمال رؤيتها للمدونة كوسيلة للتعبير عن نفسها وإسماع صوتها، حيث تكون المدونات مكانا أمثلا

لسماع أصوات الجماعات المهمشة.

الحاجة إلى الانتماء: على اعتبار **أن** الانتماء ضرورة لتكوين علاقات مع الآخرين، فإن النساء اللائي يحتجن إلى درجة عالية من الانتماء ينظرن إلى المدونات كوسيلة للتواصل مع أشخاص آخرين، من أجل تعزيز التفاعل الاجتماعي.

الحاجة إلى الإنجاز: فإن النساء اللواتي لديهن حاجة قوية لتحقيق إنجازات يعتبرن أن التدوين هو وسيلة لاكتساب النفوذ والتأثير في عالم الانترنت، إذ تحكم النساء على قدرتهن على التأثير من خلال المدونات بالطريقة نفسها التي يحكمن بها وسائل

الإعلام الأخرى، فإذا كانت الصحف مثلا تقاس بحجم القراء فإنه يمكن اعتبار أرقام زيارات المدونات مقياسًا لتأثير.[13]

4في علاقة المرأة العربية بالتدوين الالكتروني

تعد المدونات الالكترونية أحد وسائط الإعلام الرقمي التي كانت لها الأسبقية في فتح أبواب العوالم الافتراضية أمام فئات مهمشة اجتماعيا كفئة النساء، وبالتالي فإن ممارسة التدوين كنشاط مبتكر أتاح المشاركة الكاملة للمرأة العربية في المجال العام الجديد وعزز قدرتها على اكتساب شكل من أشكال التأثير في المجتمع، خاصة أن المدونات تخلق مساحة آمنة حيث يكون الجسد الأنثوي الغالب في الحياة اليومية غير موجود وتؤخذ بدله الأفكار بعين الاعتبار، وليس من المستغرب أن تكون شبكة سي إن إن قد وصفت المدونات العربيات بأنهن "عوامل تغيير" في مجتمعاتهن، [14] فبالإضافة إلى كونها وسيلة لانفتاح المرأة على العالم الخارجي، تمثل المدونات آلية لاندماج المرأة في فضاءات علائقية لا تخضع فيها لمعايير التمييز والتفرقة والتراتبية التقليدية، وتمثل مجتمعات المدونات "*Blogosphère* " النموذج الأكثر دلالة على هذه الفضاءات. [15]

لقد أفضى تضاعف عدد من المدونات النسائية العربية في السنوات الأخيرة، واضطلاع مجموعة من النساء بأدوار هامة في المجتمع إلى الإقرار بأن ثقافة التهميش قد تصدعت وأن آليات الإقصاء لم تعد تجدي، فلئن أقصت بعض المجتمعات النساء من المشاركة في الحياة العامة وحالت دون توليهن مناصب في مواقع صنع القرار بل منعت اختلاطهن بالرجال، فإن الفضاء الرقمي مكن المهمشات من صناعة عالمهن الخاص، وحررهن من أسر الموروث الثقافي الذي فرض عليهن التقوقع على ذواتهن، كما أنه خفف من وطأة الخوف الذي يكمم الأفواه واستطاع أن يجمع الناس حول قضايا محددة.

نذكر في هذا السياق تخصيص يوم للخوض في قضية المرأة العربية وأطلق عليه يوم " كلنا ليلى" وقد بدأت الفكرة أولا بين مجموعة من الفتيات قمن بمراسلة أخريات ثم خصصن يوم التاسع من سبتمبر 2008 للكتابة عن آلام المرأة العربية وتم طرح مدونة مستقلة للتنويه بالفكرة ومتابعتها.

فقد طرحت المرأة آرائها الشخصية فيما يتعلق بالقضايا الاجتماعية والسياسية والدينية والثقافية وغيرها من القضايا، إذ تميل النساء المدونات إلى رؤية أنفسهن مفكرات ومحللات ويتصورن أنهن قادرات على الانخراط في المجتمع ومناقشة القضايا المتعلقة بمجتمعهن، فعن طريق الكتابة عن هذه القضايا في مدوناتهن، فإنهن يظهرن الاستقلال والمساواة بين الجنسين والكفاءة، إذ غيرت المدونات حقيقة أن مجال التدوين يقتصر على الرجال فحسب، حيث أصبحت المدونات في الواقع جسرا لإثبات وجود طريق جديدة لطرح القضايا، ورواية القصص.[16]

هكذا استطاعت فئة النساء استغلال التدوين للتعبير الحر عما يواجهن من مشكلات وتمييز واستغلال لصمتهن، كما في بعض القضايا مثل التحرش الجنسي، الميراث، بث الوعي النسوي، الدفاع عن المرأة ضد التمييز، القتل على خلفية جرائم الشرف...، وغيرها من القضايا التي ناهضتها النساء عبر مدوناتهن الخاصة، وحشدت آلاف المناصرين لها، لاسيما أنها استطاعت التوغل في بعض المجتمعات التي عرفت بالقبلية والتقليدية المغلقة.[17]

إضافة إلى ذلك، أثبت النشاط الإلكتروني للمرأة العربية أنه مصدر بديل قيم للأخبار والمعلومات والأحداث التي تغفلها عمدا أو دون قصد وسائل الإعلام التقليدية، ففي سنوات مضت شكلت مدونات النساء العربيات مصدرا للصحافيين في جميع أنحاء العالم المهتمين بمعلومات أكثر دقة حول انتفاضات الربيع العربي، وتحولت بذلك النساء إلى ممارسة صحافة المواطن، أين كانت المدونات منابر جعلت أصواتهن مسموعة وخلقت أشكالا جديدة غير مسبوقة من القيادة والتمكين. [18]

وإجمالا يمكن القول بأن بدايات التدوين الالكتروني في العالم العربي قد اقتصرت على فئة الرجال فقط، إلا أن النساء العربيات أيضا لم يتوانين عن خوض غمار تجربة التدوين، طارقات بذلك شتى المجالات ومتحدثات بشيء من الحرية في شتى المواضيع، فتعددت المدونات النسائية بتعدد أهداف صاحباتها وتنوعت بين المدونات الشخصية التي تهتم بشؤون المرأة كالصحة، الطبخ التجميل والأزياء، مدونات الأسرة

كمواضيع الحمل، الإنجاب وتربية الأبناء... المدونات الترفيهية، الثقافية، الأدبية وغيرها من المدونات.

لتنشأ فئة أخرى من النساء أشكال جادة وجدية من المدونات، كتلك التي تطرح قضايا مصيرية بالنسبة للمرأة وتطالب بتحسين أوضاعها المعيشية وتغيير الصورة النمطية التي اقترنت بها، أما المدونات النسائية السياسية والدينية فقد أحدثت القطيعة مع التصور المجتمعي السائد حول انحصار اهتمامات المرأة العربية في المواضيع السطحية والبسيطة، وانفراد فئة الرجال بالقضايا الجادة والمصيرية.

5 المرأة الجز ائرية وفضاءات التدوين المرئية: مقاربة تحليلية

سنتناول في هذه الجزئية من الدراسة بشكل من التفصيل ظاهرة المدونات المرئية الجزائرية، من خلال مقاربة تحليلية لعينة من قنوات المؤثرات الجزائريات على موقع اليوتيوب، نحاول فيها الكشف عن أبعاد ظاهرة التدوين المرئي النسوي وفقا للتسلسل الآتي: الملامح العامة للمدونات المرئية الجزائرية، متبوعا بالهوية الافتراضية للمرأة المدونة ووصولا إلى المواضيع المطروحة ضمن المدونات المرئية على موقع اليوتيوب.

1-5 المدونات المرئية النسائية على موقع اليوتيوب: الشكل والملامح العامة

من خلال ملاحظة وتتبع عينة من المدونات المرئية النسائية الجزائرية على موقع اليوتيوب، وقفت الباحثة على أن تلك القنوات تعتمد في أغلبها نموذجا واحدا يرتكز على تصوير مقطع فيديو يكون في الغالب داخل المنزل أو داخل الغرف الشخصية، تظهر من خلاله المدونة صاحبة القناة وهي تقدم محتوى معين، أو تظهر فيه تفاصيل أخرى كمشتريات أو مواد استهلاكية دون أن تظهر نفسها لمتابعيها وتكتفي بالتعليق صوتا لا صورة.

تعتمد غالبية النساء المدونات اللهجة العامية في تخاطبها مع متابعيها عبر قنوات اليوتيوب، والتي تتعدد وتتنوع بتعدد مناطق الوطن التي تنتمي إليها صاحبات القنوات، بين اللهجة العاصمية، ولهجة غرب البلاد وشرقها أيضا، كما تحاول المدونات اعتماد

الأسلوب البسيط في الحديث والحوار التلقائي الذي يحاكي إلى درجة كبيرة جدا حوارا نسائيا مألوفا وعائليا.

في حين تذهب بعض المدونات الأخرى التي تعالج مواضيع بطريقة كوميدية ساخرة إلى تصوير مقاطع فيديو تمثيلية وتنزلها بعد أن تقوم بعملية المونتاج، وهي في هذه الحالة أقرب إلى مشاهد تمثيلية لأدوار مختلفة حسب المواضيع المطروحة.

2-5 المرأة المدونة على موقع اليوتيوب ومسألة الهوية الافتراضية

من بين المسائل الرئيسية التي تناولها عديد الباحثين بالدراسة والتحليل علاقة الفضاءات الرقمية بالهوية، حيث تمثل تلك الفضاءات مجالا يستعرض فيه الناس أنفسهم وذواتهم من خلال استراتيجيات تمثيل الذات *self presentation* التي تقوم على جملة من المؤشرات يختار المستخدم إبرازها أو إخفاءها والتي تكون ملمحه العام...، والهوية الافتراضية بهذا المعنى هي إنتاج مشترك لتقاطع استراتيجيات المنصات وتكتيكات المستخدمين.[19]

وعليه فإن اختلاف وسائط البيئة الرقمية من حيث واجهاتها وميزاتها ينتج ممارسات وهويات افتراضية متباينة للمستخدمين، فالاختلاف في تصميم مواقع الفيس بوك، اليوتيوب، تويتر، الإنستغرام مثلا يؤثر على طريقة تقديم المستخدمين لأنفسهم وعرضهم لذواتهم، وعلى الأدوار التي وجدوا أنفسهم فيها، وحتى على طريقة تفاعلهم داخل تلك المجتمعات، أي على كل الممارسات التي تشكل هوية المستخدم عبر البيئة الرقمية.

وبالحديث عن موقع اليوتيوب تحديدا وحسب الميزات والخصائص التي يمتاز بها، فإنه يتيح مساحات افتراضية يمكن فيها للمستخدم أن يمارس أدواره بحرية وفقا لما يعرضه أو يخفيه عن ذاته بما يشكل هويته الافتراضية، وهو الحال بالنسبة للمرأة الجزائرية في استخدامها للموقع كفضاء لممارسة التدوين المرئي، فمن خلال تتبعنا لعينة

من قنوات اليوتيوب لمدونات جزائريات، يمكن القول بأن بنائهن لهويتن الافتراضية يتخذ أحد الخيارين:

التخفي وراء هوية افتراضية: تستند في ذلك المرأة الجزائرية على الصوت فقط بدلا من الظهور بصورتها الحقيقية، وهو ما نجده شائعا عند صاحبات القنوات التي تهتم بالطبخ وشؤون الأسرة مثلا، وهن في الغالب ربات بيوت أو نساء ماكثات بالبيت على قدر متوسط من التعليم.

ومن أمثلة ذلك قناة GLAM dz * قناة عالم أم رتاج *، قناة وصفات وتدابير نسرين * قناة أذواق وهر انية *

فمن خلال تكتيك التخفي استطاعت هذه الفئات النسائية الجزائرية التعبير عن ذواتهن دون التقيد بالمحددات الكلاسيكية للهوية في العالم الاجتماعي الواقعي، حيث تراعي في ذلك المرأة الانتظام مع السياق الثقافي والترتيبات السوسيولوجيا المتعارف عليها في مجتمعنا الجزائري، والتي تحدد علاقة المرأة بالمجال العمومي وظهورها فيه، وتمتد أيضا لتحدد ممارساتها ضمن فضاءات التدوين المرئي.

فبالإضافة إلى سيطرة السياقات الثقافية والاجتماعية وحتى الدينية لمجتمعاتنا الجزائرية المعروفة بطابعها الأبوي إلى حد معين، فإن المرأة بتفضيلها إخفاء هويتها الحقيقية أو جزءا منها في مخاطبتها لمتابعيها على قنوات اليوتيوب، تدعم تلك السيرورة وتتماهى معها، في مؤشر عن عدم قدرتها على تخطي مثل تلك المعايير المجتمعية.

الظهور من خلال الهوية الحقيقية: بخلاف من اخترن إخفاء أنفسهن فضلت عينة أخرى من المدونات الجزائريات الظهور بهويتهن الحقيقية من خلال قنواتهن على

---

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UCsKw3O7zvVUGF-U-9wRQozw

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UCPiAIua3kj4uXzDP9qmWVEA

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UCkdYA_h_K8-3aX1Ozm4oayw

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UCJP0cWtdzcp0iok8gYpzDOA

موقع اليوتيوب، كإستراتيجية للتواصل والتفاعل مع متابعيهن، وهو ما وجدناه شائعا عند العديد من المدونات أو ما يطلق عليهن بالمؤثرات *les influenceuses* ، اللواتي يحزن على قاعدة جماهيرية كبيرة تعكسها أرقام ضخمة من المتابعين، حيث تحولت تلك الفئة من النساء إلى شخصيات عمومية، تجاوزت مجرد الظهور على قنوات اليوتيوب وانتقلت إلى عالم الصحافة والتلفزيون تحديدا، كممثلات أو منشطات وإعلاميات أو ضيفات في عدد من البرامج، وفي بعض الأحيان أوجه لماركات وعلامات تجارية.

ونذكر هنا على سبيل المثال: **قناة يوميات سهام البسيطة * قناة Shirine Boutella * وقناة Amira Riaa Lifestyle ***

ففي سياق التحول من الهوية الواقعية إلى الهوية الافتراضية تتبنى هذه الفئة من المدونات استراتيجيات توافق بين البنية السيكولوجية للمستخدمة والمعطى التكنولوجي، بغض النظر عن مدى انسجامها مع البيئة السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري.

3-5 المواضيع المطروحة ضمن المدونات النسائية المرئية على موقع اليوتيوب

بالنسبة للمواضيع التي شكلت محتويات المدونات النسائية المرئية على موقع اليوتيوب، فإن متابعة عينة من مقاطع الفيديو على الموقع مكنت الباحثة من تسجيل بعض الملاحظات، لعل أبرزها التنوع في المواضيع المطروقة والتي جاءت بالشكل الآتي:

القنوات ذات الصبغة الشخصية والطابع الحميمي: يمتاز هذا النوع من القنوات بطابعه الحميمي حيث تقترب هنا المدونة من سرد اليوميات من خلال الفيديو بدلا من الكتابة على المدونات النصية أو شبكات التواصل الاجتماعي، ومشاركتها يوميا

---

* رابط القناة على اليوتيوب youtube.com/channel/UCmJQfSjU7iI3a2t9OmTUnqA

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UCdDzMxdTiyCCBaiq5Xys-vQ

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UCu6gSeYHls4lxG6AgOLeM5w

مع متابعيها، وهي في الغالب تأتي تحت تسميات "روتيني اليومي" أو روتيني الصباحي، روتني للاعتناء بالبشرة، روتيني في تنظيف منزلي ، روتيني في رمضان... وغيرها من التسميات، في محاولة من المرأة المدونة لخلق جماعات علائقية افتراضية موازية للجماعات الواقعية ومشاركة جميع تفاصيل الحياة معهم ، والتي تلاقي تفاعلا كبيرا من طرف المستخدمات أو المتابعات.

ومن أمثلة تلك القنوات: **قناة عالم النسايم** *، **قناة تدابيرسارة** * **قناة Monde Falfoula** *

القنوات المتعلقة بالمواضيع النسائية: يعكس هذا النوع من القنوات الاهتمامات النسائية للمرأة الجزائرية، التي تكرس الصورة النمطية اللصيقة بالمرأة المهتمة بكل ما هو منزلي وخاص ، فالملاحظ أن اهتمامات عدد من النساء المدونات قد اقتصر على نشر فيديوهات بخصوص التجميل، الزينة والديكور، الموضة ، الطبخ، والحديث عن تجارب الزواج ، الحمل والولادة وغيرها من المواضيع البسيطة والخفيفة...، مثل هذه الاستخدامات لفئة عريضة من النساء الجزائريات للمدونات المرئية ، يوحي بعدم تحرر المرأة من أسر الصور النمطية التي التصقت بها و ترسخت في المخيال المجتمعي العربي، والتي أطرت أدوارها الاجتماعية وحصرتها في كل ما هو خاص ومنزلي.

* رابط القناة على اليوتيوب
https://www.youtube.com/channel/UCeuPd8NTdzX1JgbWe5h-AVA
* رابط القناة على اليوتيوب
https://www.youtube.com/channel/UCmDlXMUmuVIhjA7ZeCEaGXQ
* رابط القناة على اليوتيوب
https://www.youtube.com/channel/UCtFOg5MkjWGSGkdhUvUvYLQ

نذكر هنا على سبيل المثال **قناة kenza cuisine * قناة أم وليد *، قناة Sarah Hanneche ***

قناة مطبخ المبتدئات، قناة cuisine loudjain dz ، قناة Nour Deco & Beauty * قناة Beauty By Noussa * قناة AHLEM ❤ DZ*

القنوات ذات النزعة الاستهلاكية: ركزت هذه القنوات النسائية على الطابع الاستهلاكي الذي يشجع بصفة كبيرة على الاستهلاك ويروج لبعض المنتجات والمقتنيات، ونجد أن غالبية تلك الفيديوهات تأتي بتسمية "مشترياتي" متبوعة بصفة أخرى كمشترياتي لرمضان، مشترياتي لأبنائي، مشترياتي لعيد الفطر، مشترياتي من موقع كذا وغيرها من التسميات، والهدف من عرض المشتريات في هذه الحالة الاستعراض من جهة ومشاركة المتابعات مع مستجدات الأسواق والأسعار.

نذكر على سبيل المثال: **قناة Lili World عالم ليلي * قناة منوعات إيمان ***

في حين تعمل صاحبات قنوات أخرى على عرض منتجات لماركات تجارية معروفة والترويج لها، مقابل تقاضي مبالغ مالية، وذلك من خلال إظهارها في الفيديوهات وتقديم

---

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UC8ICUrPZ-exjCzt_IpY_TtA

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UCVXD2kNki3rfLMhF8uNIcBQ

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UC8kjs0MUFWAdfmAeNRST_Ig

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UCY0oy-G7gNxYCasjj8lid1g

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UC9eujwJfC85JsYBpF3ZWxSQ

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UC9Qguvp7Le20-c8dp-kI_sg

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UCBPt-AMc_6VS3Cpi-R2Zb8g

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UCJ5DJQLVnI2mjDo9TI_ObDg

عروض مفصلة عنها، وحتى نصح المتابعات باستخدام تلك المنتجات بعينها، وهذا ما نجده رائجا كثيرا بالنسبة لمواد التجميل، وهو بمثابة إشهار غير مباشر.

نذكر على سبيل المثال: **قناة Shirine Boutella** * وقناة **Amira Riaa Lifestyle** *

القنوات الخاصة بالتجوال والسفر: يختص هذا النوع من المدونات بعرض تجارب شخصية للسفر تعرضها النساء المدونات، تتضمن سردا لأهم المناطق السياحية إضافة إلى تحضيرات السفر وكيفية الاستمتاع وقضاء أجمل الأوقات، مع تقديم نصائح عدة للمتابعين المهتمين بالأسفار، تجدر الإشارة هنا إلى أن هذا الصنف من المدونات النسائية الجزائرية قليل حسب إطلاع الباحثة. ونذكر على سبيل المثال: **قناة Nour Brahimi** *

قنوات تعليم اللغة: اختص هذا النوع من القنوات التعليمية بإعطاء دروس في اللغة الانجليزية للمبتدئين، مع تخصيص فيديوهات للإجابة على أسئلة المتابعين، وإعطائهم جملة من النصائح والخطوات التي تساعد على تعلم الإنجليزية في البيت. نذكر هنا على سبيل المثال: **قناة - Nour Teaching English** *

قنوات تعالج القضايا بطريقة فكاهية: عرف هذا النوع من المدونات النسائية رواجا كبيرا وإقبالا من طرف المتابعين والمستخدمين، حيث تمتاز مدونات الفيديو في هذه القنوات بأنها فيديوهات تمثيلية، تقوم من خلالها المدونة بتقمص دور معين أو عدة

---

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UCdDzMxdTiyCCBaiq5Xys-vQ

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UCu6gSeYHls4lxG6AgOLeM5w

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UCVqnriClC9YapZykWVEcrpw

* رابط القناة على اليوتيوب https://www.youtube.com/channel/UCgzz8woywWSgrmbEN9IaRUQ

أدوار في نفس الفيديو في شكل مشهد تمثيلي، تناقش من خلاله أحد المواضيع المستمدة من الواقع الجزائري المعاش ، بطريقة كوميدية وهزلية.

و نذكر هنا على سبيل المثال: **قناة nahla tv** * : والتي تناقش عبر قناتها المواضيع الآتية:" التنمر والجزائريين، المرأة الجزائرية وابنها، الجزائرية كي تقولها أمها ديري الميناج، الأم الجزائرية كي تشوف النتائج تاع ولادها "

قناة vidéos de yamna * : والتي تناقش المواضيع الآتية: الورث، le jour de mariage, l'amour en algérie , le retour d'age

خاتمة

وفي الختام يمكن القول بأن ولوج المرأة الجزائرية عوالم البيئة الرقمية بكل ما تحمله من عناصر ومكونات وخاصة عالم التدوين المرئي، أنشأ العديد من الظواهر الاجتماعية المستحدثة التي تحتاج إلى مقاربتها ومسائلتها معرفيا، من خلال العديد من الدراسات الإمبريقية والتحليلية والتي تتقاطع فيها جهود باحثين من تخصصات مختلفة كعلم الاجتماع والنفس والإعلام.

قائمة المراجع المعتمدة:

[1] عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن،2015، ص66.

[2] نزار بشير جديد، الإعلام المقروء: بين الصحافة الورقية والصحافة الالكترونية، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان، الأردن، 2014،ص189.

*رابط القناة على اليوتيوب
https://www.youtube.com/results?search_query=nahla+tv

* رابط القناة على اليوتيوب
https://www.youtube.com/channel/UCuhv0_EBIShV2aMtAY4QdWg

[3] Nair, S. S., Tay, L. Y., &Koh, J. H. L, Students' motivation and teachers' teaching practices towards the use of blogs for writing of online journals,Educational Media International, 50(2),2013, p109.

[4] حسنين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي: أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دار فكر وفن للطباعة، 2014، ص 140.

فوزي شريطي، التدوين الالكتروني والإعلام الجديد، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، 2015، ص 142-143 .[5]

[6] Pedersen, sarah, Women users' motivations for establishing and interacting with blogs , International Journal of the Book, 3 (2), 2007,p 85.

[7] Somolu,Oreoluwa, Telling our own stories': African women blogging for social change ,Gender & Development, vol 15, N 3,2007, p 479.

[8] Samya M Ayish , Women Bloggers in the Arab World: How New Media are Shaping Women's New Identity & Role ,a thesis submitted to the faculty of the graduate school ,college of communication , 2010, p 43.

[9] Pedersen, S, Women bloggers seeking validation and financial recompense in the blogosphere, Handbook of Research on Social Interaction Technologies and Collaboration Software: Concepts and Trends; Volume 1, 2010, p 282.

[10] Somolu, Oreoluwa , op.cit, p 482-485.

[11] Pedersen, S., Women bloggers seeking validation and financial recompense in the blogosphere, op.cit, p 284-285.

[12] Pedersen, sarah , Women users' motivations for establishing and interacting with blogs op.cit, p 88 .

[13] Gina Masullo Chen, Why do women write personal blogs? Satisfying needs for self disclosure and affiliation, Computers in Human Behavior, 28 ,2012, p 179-180.

[14] Guta, Hala and Karolak, Magdalena , op.cit , p116.

[15] الصادق الحمامي، عالمهن المنكشف المدونات النسائية العربية، مرجع سابق الذكر، ص 13

[16] Mira daher, op.cit ,p 28 .

[17] ماجد سالم تربان، المدونات النسائية الفلسطينية على شبكة الانترنت، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 13، مايو 2015.، ص275.

[18] Nahed Eltantawy , From Veiling to Blogging: Women and media in the Middle East, Feminist Media Studies, 2013 ,p 767-768

[19] الصادق الحمامي، المرأة العربية في النقاش الافتراضي: دراسة في تمثلات المرأة في صفحات الميديا التقليدية في الفيس بوك، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث كوثر، 2015، ص 46.

آكسيولوجيا التدوين النسوي الجزائري من المنظور الثقافي الذكوري

دراسة نقدية قيمية حسب "المقاربة الجندرية لما بعد النسوية" لـ جوتا بورغراف

إعداد أ. بن شرّاد م أمين

جامعة الحاج لخضر، باتنة1

amine7373@yahoo.fr

إشكالية:

مع الانتشار غير المسبوق للجيل الثالث من الأنترنت والمتمثل في الهيمنة شبه المطلقة لمواقع التواصل الاجتماعي في العالم وفي الجزائر، وما رافقها من "تطبيعٍ" لظهور المرأة على هذه المواقع فاعلةً لا مجرد متلقيةٍ، استطاعت المرأة الجزائرية خلال الخمس سنوات الأخيرة إثبات نفسها وتقدم أفكارها صوتاً وصورةً، وتحديدا من خلال منصات يوتيوب وإنستغرام وفيسبوك التي سمحت للمرأة الجزائرية بالتعبير عن نفسها، وقضاياها والتأثير في المتلقين نساءً ورجالا.

وفي قراءةٍ سريعةٍ (ومتعمقةٍ في آنٍ)، يمكن لنا بسهولةٍ ملاحظةَ تنوّع شديد في "طبيعة الخطاب" الذي تعتمده المُدوِّنات النسويات الجزائريات عند صناعتهن محتواهن وتقديمهنا إياه، إذ يتراوح هذا المحتوى بين تدوينات مرئية جادة تتكفل بها -غالباً- مهنيات محترفات سواءً في الطب النسائي أو علم الاجتماع أو خبيرات العلاقات الزوجية وغيرها، وأخرى تعتمد على الوعظ واللعب على العاطفة وتوظيف كثيرٍ من الدين وقليلٍ من التفاعل المباشر، وثالثةً تركز على الأسلوب الصادم والجريء والعدائي بالنظر إلى ما توفّره هذه المواقع من قلة رقابة وتكريسها اللاسلطة الأخلاقية، ورابعةٍ أخيرة تعتمد على

الظُرف والفكاهة الهادفة والكوميديا السوداء أو البيضاء الناقدة، دون إسفافٍ أو تهريج أو عبث، وهي الأشكال الخطابية الأربع التي تلتقي في مجملها في معالجتها قضايا نسائية ومجتمعية جادة ومهمة يندر التطرق إليها في وسائل الإعلام التقليدية، والتي تمس المرأة الجزائرية تحديدا وتثير اهتمامها ومن خلفها العائلة والمجتمع ككل.

إن لهذا المحتوى المدوناتي الرقمي النسوي الجزائري جمهوراً واسعًا، نسبةٌ لا بأس بها منه هي من الرجال (أو الذكور حسب المعيار الجندري)، ممن يتلقون هذا المحتوى التدويني النسوي ويتفاعلون معه ومع الأفكار المطروحة فيه، ويكون هذا التفاعل إما افتراضيا بالمشاركة والتعليقات والإعجابات وباقي الأدوات الرقمية المحتمل استخدامها، أو تفاعلاً فكريًا منطقيا من خلال مناقشة هذه الأفكار المطروحة والتفاعل معها خارج أطر النقاش الرقمي من خلال تداولها ونقدها في الفضاءات العامة التقليدية، ولما لا إخضاعها لتشريح قيمي أكسيولوجي من منظور رجالي، وهو التشريح الذي قد يكون خاضعا بدوره للأفكار "الما بعد السنوية" وناقدي هذه الأخيرة من الرجال والنساء المطلعين على الفكر النسوي، الذين يشكلون مع بعضهما ذكورا وإناثا الخزان البشري لما يُعرف بتيار "ما بعد النسوية".

إن هذا التشريح القيمي الأكسيولوجي الذكوري للمحتوى المدوناتي الرقمي الأنثوي النسوي الجزائري هو ما يهمنا تحديدًا في دراستنا هذه والتي يندر التطرق إليها أو توظيفها في بحوث علوم الإعلام والاتصال عموما وبحوث الإعلام الرقمي خصوصا (في حدود ما اطلعنا عليه)، أين يسعى الباحث ومن خلال اختياره عينة قصدية من المحتوى المدوناتي النسوي الجزائري التي يفترض (سلفاً) تلقيها من قبل متلقين جزائريين ذكور، ويفترض أيضا إخضاعها (أي هذه المحتويات المدوناتية) لقراءة قيمية أكسيولوجية، هذه الأخيرة التي تشترط سلفا وجود فكرة، أو نظرية أو قانون ما، يعتبرها المتلقي مرجعا أخلاقيا أو معياريا للحكم على ما يتلقاه، من أجل تقديمه القراءة القيمية المتوقعة، بحيث تعتبر النظرية أو الفكرة المختارة هي المرجع الذي تعتمده الأكسيولوجيا لتحديد

مدى توافقه القيمي مع مسلمات وفروض تلك النظرية (نظرية ما بعد النسوية في حالتنا).

وعلى هذا الأساس اختار الباحث فروض ومسلمات نظرية "ما بعد النسوية"، وتحديدا تلك التي وضعتها الباحثة المخضرمة جوتا بورغراف، لإخضاع المحتوى النسوي الجزائري الذي قد يتلقاه الذكور إلى قراءة قيمية اكسيولوجية، خاصة إذا علمنا أن الاكسويولوجيا هي وسيلة وليست غاية في حد ذاتها، عبر تقديم قراءة نقدية لهذا المحتوى الرقمي النسوي وتقييمه قيميا، ضمن دراسة كيفية وصفية استطلاعية، تكون قابلة في وقت لاحق للنقد والتعديل أو التطوير أو التأكيد أو حتى الدحض بناءً على المسلمات التي يرتكز كل باحث. (مثلا النسوية، الشريعة الإسلامية، النفعية البراغماتية...)

يسعى الباحث في هذه الورقة العلمية التي تعتبر من الدراسات القليلة في مجالها، ومن خلال اختياره مسلمات نظرية ما بعد النسوية تقديم قراءة اكسيولوجية لتلقي الذكور الجزائريين للمحتوى المدوناتي الرقمي النسوي المحلي المنشور عبر واحدة من منصات التواصل الاجتماعي الأشهر في الجزائر.

ولتحقيق ذلك، ارتأينا طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما المعايير القيمية التي يتلقى بموجبها الذكور الجزائريون المحتوى المدوناتي النسوي وفق مسلمات نظرية ما بعد النسوية؟

2- أسباب اختيار الموضوع

هناك العديد من الأسباب التي دفعتنا لاختيار مثل هذه الموضوع، والتي تنوعت ما بين الذاتية والموضوعية:

أ- الأسباب الذاتية:

1. اهتمام الباحث بالتدوين الالكتروني النسوي الجزائرية كمادة بحثية واهتمامه، بالمواضيع المرتبطة بتلقي هذا النوع من التدوينات من المنظور الثقافي، الإكسيولوجي (القيمي)، النسوي، وما بعد النسوي.

2. ملاحظة الباحث نقصا حادًا في الأبحاث والدراسات العلمية المتخصصة الرابطة بين متغيري التدوين النسوي الالكتروني الجزائري من جهة والتلقي الثقافي الذكوري ها قيمياً (إكسيولوجيا) من جهة أخرى.

3. رغبة الباحث في تقديم قراءة نقدية تحليلية للمحتوى المدوناتي النسوي الجزائري حسب مسلمات نظرية "ما بعد الحداثة" لـ أغوتا بورغراف.

ب - الأسباب الموضوعية:

1. الاهتمام الكبير الذي يوليه الرجال الجزائريون اليوم لمحتوى المدونات النسوية الإلكترونية الجزائرية مؤخرا وتزايد عدد متابعي الجنس اللطيف من قبل الجنس الخشن، ومحاولتنا تفكيك هذا الاهتمام من وجهة نظر قيمية (أكسويولجية) حسب المسلمات التي وضعتها الباحثة الأمريكية النسوية القديرة اغوتا بورغراف.

2.جدة موضوع تلقي المحتوى المدوناتي النسوي الجزائر من وجهة نظر ثقافية قيمية ذكورية، وهو التلقي الذي توسّع مداه بفضل في محتوى التدوين الإلكتروني عبر الفيديو في الجزائر، خاصة مع التفتح الرقمي الذي عرفته الجزائر خلال العشر سنوات الأخيرة.

3. الدور الحيوي الذي يلعبه التدوين النسوي الرقمي وآليات تلقيه من قبل الجنس الآخر في تطوير محتوى هذا التدوين وتكييفه لما يتلاءم مع المتلقين من الجنسين.

3- أهداف الدراسة

يسعى الباحث عبر دراسته هذه إلى الإجابة على جملة من الاستفسارات والأسئلة الجوهرية التي قد نوفّق في إيجاد جوابٍ لها ومن ثمة الوصول إلى جدوى علمية لموضوع كهذا.

أما عن أهداف بحثنا هذا، فيمكننا أن ندرجها في:

أ. التعرف على المحتوى التدويني النسوي الجزائري وزوايا تلقيه الذكوري من الناحية القيمية الإكسيولويجية، عبر إخضاع هذا المحتوى التدويني لمسلمات نظرية "ما بعد النسوية" التي وضعتها الإسبانية المخضرمة جوتا بورغراف، والعمل على استنطاق مختلف المعاني المرتبطة بهذه المحتويات من خلال تحليل مضمون بعضٍ من هذه المدونات الرقمية.

ب. معرفة زوايا تلقي محتوى تلك المدونات النسوية الالكترونية الجزائرية من وجهة نظر ثقافية ذكورية قيمية، والزوايا التي تمت معالجته منها.

جـ. تقديم نظرة علمية منهجية حول الأفكار والرسائل التي تضمنتها نظرية ما بعد النسوية، وإسقاطها على المحتوى المدوناتي النسوي الجزائري الذي يتلقاه الذكور.

4 -أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته، أين يعدّ تلقي التدوين النسوي الجزائري من قبل الذكور أو الرجال من زاوية قيمية أكسيولجية موضوعاً على قدر كبير من الأهمية، وهي الأهمية التي زادت اطرادا مع الانتشار الكبير الذي عرفه

التدوين النسوي في الجزائر خلال السنوات العشر الأخيرة نتيجة الانفتاح الواسع في مجال الرقميات والتواصل الاجتماعي استخدماً وتلقياً واستهلاكاً، وما رافقه من زيادة مطردة في النسوة المدونات المنّتجات للمحتوى وتنوع جمهور المتلقين ذكورا وإناثا، وتزايد التساؤلات على الجانب القيمي الإكسيولوجي المعبر عنه في هذا المحتوى، وكل هذا في خضام انتقال التنظير النسوى إلى مستوى جديد بعرف بـ ما بعد النسوية التي تتبنى أفكارا تمس الجنسين وتكملهما.

فأهمية الدراسة إذاً تكمن في بحثها للعلاقة الرابطة بين تلقي التدوين النسوى الجزائر من قبل المستخدم الذكر والأثر القيمي الإكسويولجي لها، وتمثل محاولة جادة لفهم هذه التلقي في إطار مسلمات نظرية ما بعد النسوية.

5- المنهج المستعمل:

على اعتبار أن المنهج هو الطريق الذي يتبعه الباحث أثناء إجراء دراسته، فهو ضروري جدا في مختلف البحوث والدراسات العلمية، فـ "المنهج هو عبارة عن جملة الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة" (عمر، 2002)، وعلى اعتبار أنّ طبيعة الموضوع في أي بحث علمي، هي العامل الوحيد المجسِّد للمنهج المناسب في عملية البحث فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على "منهجٍ وصفيٍّ تحليلي" كونه الأنسب لطبيعة موضوعنا ويساعدنا في تحقيق فهم أفضل لكيفية تلقي الذكور لمحتوى المدونات الإناث الجزائريات من زاوية قيمية وتحت بنود أو فروض ومسلمات نظرية ما بعد النسوية لأجوتا بورغراف، وهو المنهج الذي يمكن تعريفه بأنه "ذلك المنهج الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي على أرض الواقع، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ومن ثمة التعبير عنها كيفيًا عبر وصفها وتوضيح خصائصها، وكميًا عبر إعطائها وصفًا عددياً من خلال أرقام وجداول توضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى".

كما استعان الباحث بالمقابلات المفتوحة أداةً للحصول على معلومات من المبحوثين، وعددهم عشرة، للاطلاع على حكمهم القيمي الإكسيولوجي الذكوري نحو ما يتلقونه من محتوى تدويني نسوي محلي، بناءً على مجموعة من المؤشرات التي هي في الأصل منطلقات أو مسلمات نظرية ما بعد النسوية، ومعرفة إلى اي مدى يرون أن محتوى التدوين المقدم لهم (صوري، متحرك، نصي) المقدم لهم، خاضع في جانبه القيمي لمدركاتهم الما بعد نسوية (دون إخبارهم سلفا بذلك).

6 - مجتمع وعينة الدراسة:

من المتفق عليه أنّ دراسة مجتمع البحث ككل هو أمر ممكنٌ لكنه يبقى صعباً ومعقداً متى ما كان هذا المجتمع البحثي يتسم بصفتي الضخامة والاتساع، ومكمن الصعوبة في ذلك يعود لما يتطلبه من جهد ووقت وموارد كبرى للإحاطة بجميع مفردات البحث، فيستعين الباحث عادة بالعينة لتسهيل مهمة البحث عليه واقتصاد الجهد والوقت والوصول إلى نتائج قابلة للتعميم على جميع مفردات المجتمع البحثي متى ما كانت عينته هذه تمثيلية، أمّا العينة والتي تشكل "عدداً محدودا من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل مع البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذه العينة أن تكون ممثلة لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع" (عبد الحميد، 2000).

وقد اختار الباحث عينةً قصدية تضم صفحات نسوية جزائرية متخصصة في تقديم محتوى يخص القضايا النسوية عموما على واحدة من منصات التواصل الاجتماعي الثلاث التالية: يوتيوب، فيسبوك، تويتر، والتي تختلف اختلافا جوهريا في أدواتها لكنها تلتقي في محتواها النسوي الذي يتلقاه جهور متنوع من ضمنه الجنس الخشن، وقد اختار الباحث بشكل قصدي 23 مادة تدوينية نسوية جزائرية قد يتلقاها الرجل الجزائري، وقابلة للدراسة والبحث ويمكن إخضاعها لمسلمات نظرية ما بعد

النسوية، وتتوفر في مضامينها شروط التنوع والاختلاف في المضمون للقيام بإجراءات تحليل محتواها.

7- ضبط مفاهيم الدراسة:

7- 1 الاكسويولجيا: أو علم القيم، يقصد به ذلك المجال البحثي الذي يختص في الدارسة والبحث عن الفوائد والقيم المتولدة من استخدام المعرفة العلمية وأدواتها، سواءً كانت هذه الأدوات برمجيات تقنية، نظرة فلسفية، فكرة نظرية أو كل ما من شأنه أن يجعل من العلم أكثر قيمة علمية وأكثر إفادة علمية، ويتم من خلال هذا الحقل البحثي الإجابة عن السؤال: هل العلم مرآة نافعة وعاكسة للواقع، أم أنه مجرد بناءات لفظية. (بطاهر، 2018)

وإذا كان وجود برمجيات، أو فلسفة ما، أو فكرة ومسلمات نظرية ما شرطاً أساسيًا فإن الباحث سيعمد على دراسة قيمية المدونات النسوية الجزائرية وتلقيها من قبل الرجل الجزائري من خلال فروض ومسلمات "نظرية ما بعد النسوية" التي تعتبر الباحثة الأمريكية القديرة أجوتا بورغراف من أكبر منظّراتها وداعماتها.

7-2 التدوين النسوي: يُعرّف على أنه عملية استخدام المرأة لشبكة الانترنت والتقنيات الرقمية المرتبطة بها في تحقيق أهداف البث المنشودة، وتدعيم مفهوم التسويق الحديث، فالتدوين النسوي هو تعاملٌ بصري قائمٌ على تفاعل أطراف التبادل الكترونياً بقيادة المرأة وموجها للمرأة أ لغير المرأة، كبديل عن الاتصال المادي المباشر، وتتم عملية عرض المحتوى عبر شبكة الانترنت وما يرتبط معها من أدوات، مثل شبكات التواصل الاجتماعي (مرزقال، 2010).

فالتدوين النسوي عبر الانترنت وعبر مواقع التواصل الاجتماعي هو أداةٌ جديدة، تسمح لصاحبة المحتوى التعريف بقضاياها وأفكارها والحديث عنها وترويجها بأقل كلفة وأكثر فاعلية ودون الحاجة لأن تكون محترفة أو متخصصة.

في حين تختزل الباحثة الأمريكية كاثرين راي لانتيغا في دراستها حول الاستخدامات والإشباعات المحققة من مشاهدة النساء للمدونات المرئية الرقمية لخاصة بالجمال على منصة يوتيوب Uses and Gratifications of Watching YouTube Beauty Vlogs مفهوم التدوين النسوي بأنه "كل محتوى مرفوع من قبل المرأة على الشبكة يستهدف تقديم محتوى ما يعالج قضية تهم النساء" (Lantigua، 2010).

أمّا الباحث الأمريكي القدير نايت بيركيز والمختص في التنظير حول محرك غوغل وباقي خدماته (وعلى رأسها منصة يوتيوب)، فيفضّل تعريف التدوين عموما (وليس النسوي بشك خاص) بأنه "محتوى يأتي في شكل رقمي مختصر، ومبثوث على الشبكة، ويأتي مدعوما عادةً بنصٍ وصورٍ وفيديوهات وبياناتٍ خدمةً لموضوعٍ ما، وهو الموضوع الذي يشكّل الهدف من إنتاج ذاك المحتوى بالأساس"، (Perkins، 2006).

3-7 **النسوية:** النسوية في أصولها حركة سياسية تهدف إلى غايات اجتماعية، تتمثل في حقوق المرأة وإثبات ذاتها ودورها، والفكر النسوي بشكل عام أنساق نظرية من المفاهيم والقضايا والتحليلات تصف وتفسر أوضاع النساء وخبراتهن، وسُبُل تحسينها وتفعيلها، وكيفية الاستفادة المُثلى منها، فهي ممارسات تطبيقية واقعية ذات أهداف عينية، وتعمل النسويات على الساحة لتبديل أوضاع ملموسة وظروف اجتماعية غير مقبولة بالنسبة لهن. (ظريف،11)

فهي "منظومة فكرية أو مسلكية مدافعة عن مصالح النساء، وداعية إلى توسيع حقوقهن"، أما معجم ويبستر فيعرّفها على أنها «النظرية التي تنادي بمساواة الجنسين سياسيًّا واقتصاديًّا واجتماعيًّا، وتسعى كحركة سياسية إلى تحقيق حقوق المرأة

واهتماماتها، وإلى إزالة التمييز الجنسي الذي تعاني منه المرأة، أما الكندية «لويز تزبان» فتعرّفها بأنها «انتزاع وعي فردي في البداية، ومن ثَم وعي جمعي تتبعه ثورة ضد موازين القوى الجنسية والتهميش الكامل للنساء في لحظات تاريخية معينة" (أحمد عمرو، 142).

سارة جامبل فقد أوردت تعريفًا ترى فيه أن النسوية مصطلح يشير إلى كل من يعتقد أن المرأة تأخذ مكانة أدنى من الرجل في المجتمعات التي تضع الرجال والنساء في تصانيف اقتصادية أو ثقافية مختلفة هو ظالمٌ، وتصر النسوية على أن هذا الظلم ليس ثابتًا أو محتومًا، وأن المرأة تستطيع أن تغيّر النظام الاجتماعي والاقتصادي والسياسي عن طريق العمل الجماعي (جامبل، 2002).

7-4 ما بعد النسوية:

يستخدم هذا المصطلح لوصف ردود الافعال المتخذة ضد التناقضات النسوية و/أو غياب النسوية خاصة الموجتين الثانية والثالثة للنسوية، ويتم الخلط أحيانا بين مفهوم ما بعد النسوية (محل دراستنا) والموجات التالية من النسوية (الموجة الثانية والثالثة والرابعة)، بحيث ترتبط الموجة الثانية (1970) بصدور كتاب كيت ميليت عن السياسات الجنسية Sexual Politics, 1970 Kate Millett، وما رافقها من ظهور تيارات نسوية فرعية (نسوية ماركسية، نسوية ليبيرالية، نسوية اشتراكية، ونسوية راديكالية).

أما الموجة الثالثة، فهي مكونة من نسويات شابات يردن الخروج من عباءة قائدات الموجة الثانية لكنهن لم يحققن نجاحا يذكر خاصة مع بروز مصطلح ما بعد النسوية في نفس فترة بروز الموجة الثالثة من النسويات.

فهو مصطلح يتركب من لفظ "النسوية" feminism ، وما بعد post وهو مصطلح حديث يعقب النسوية في الزمان والمكان، ويعرف "كريس بولديك" ما بعد

النسوية بكونها اتجاها نسويا جديد تأثر بفلاسفة ما بعد الحداثة، وظهر تحت اسم "ما بعد النسوية"، والملاحظ أن هذه الجماعات على تنوعها، تشترك في نقدها ومعارضتها للتعصب الديني والعرقي والاستعماري، وتشترك أيضا في استخدامها لمفاهيم جديدة، وفي توسيعها وتطويرها لمفاهيم أضفت عليها عمقا وأغنت بها الفكر السياسي والثقافي.

إن هذا المصطلح حسب سارة غامبل يشير في سياق الثقافة الشعبية إلى فرقة سبايس جيرلز، وإلى المغنية مادونا، واستعراضات فتيات الإغراء اللواتي يلبسن الملابس المثيرة أو اولئك اللواتي ويتشبهن بالرجال، لكن مصطلح ما بعد النسوية، ظل موضع تشكيك، فالجدل حوله يدور حول قضايا المرأة باعتبارها ضحية أو مستقلة أو مسؤولة. (المناصرة، 2005)

وتصنف "آن بروكس" أسماء كلمن جوليا كريستيفا، هيلين سيكسو، لورا مالفي، جوديت تبلر... في تيار ما بعد النسوية، حيث ساعدن في الحوار النسوي حول التفكيك، والاختلاف، والهوية.

8- الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى: أكسيولوجية البرامج الإلكترونية في تحديث منهجية علوم الإعلام والاتصال، دراسة حالة (بطاهر، 2018)، سعت هذه الدراسة إلى إبراز الفائدة العلمية التي تقدمها البرامج الإلكترونية المنهجية الحديثة الخاصة بمختلف طرائق البحث العلمي، مع تحديد الدور العلمي الإيجابي الذي تؤديه هذه البرامج في تحديث منهجيات التفكير العلمي ومنطقه، لاسيما مع التطور السريع الذي تشهده العلوم الإنسانية ومناهجها، وتعود دوافع الدراسة إلى رغبة الباحث كشف العلاقة التي تربط هذه البرامج بدقة النتائج العلمية، ومن ثمة تقديم آليات تطبيقية من أجل إبراز الإسقاط العلمي للبرامج الإلكترونية في مختلف خطوات البحث العلمي.

وقد توصلت الدراسة إلى أن على الباحثين والمشتغلين في حقل علوم الإعلام والاتصال أن يدرجوا البرامج التقنية الخاصة بمنهجيات البحث العلمي أكثر من أي وقت مضى، نتيجة تغير البيئة البحثية والتي أصبحت تتسم بالديناميكية، التسارعية والتزامنية، وهذه الخصائص من الصعوبة أن يجاريها الباحث ككائن بمعزل عن مساعدة هذه البرامج التي أُسست خصيصا من أجل أداء هذا الدور.

الدراسة الثانية: التنميط الجندري للإعلانات في قناة ام بي سي، (الراوي، جبار، 2016) تنطلق الدراسة من الفكرة القائلة، بأن الإعلان شكل من اشكال الثقافة. إذ ان الإعلانات لا تروج المنتجات والخدمات، ولا تعد عملية تواصلية محايدة بين الشركات الإنتاجية والجمهور المستهلك. بل ظاهرة اجتماعية، ويكرس الموجود في الثقافة السائدة، ويعيد انتاجها مرة ثانية لضمان استمرار وهيمنة السائد. لذا لا يمكن دراسته من منطلقات أحادية الجانب كتلك التي ترتكز على الجانب الفني دون ربطه بالثقافة التي تنتج فيه. ومن هذا المنطلق حاولت الباحثتان دراسة اليات تلقي الرسالة الإعلانية بمفهوم «الجندر » الذكورة والانوثة. باعتبار الإعلان عاملا هاما في التنشئة الاجتماعية، كونه الرسالة الاتصالية الأكثر حضورا وتكرارا في القنوات الفضائية. فتم تصوير اختلاف الرجل عن المرأة في المواقف والسلوك. واعادة انتاج مفاهيم من الخيال والواقع الاجتماعي فيما يخص الإعلان. وكيفية اختصار الأدوار بنمط معين، تنحصر فيها قيمة الشخص بجاذبيته أو سلوكه الجنسي مما يؤدي إلى استبعاد خصائصه الأخرى.

الدراسة الثالثة: التدوين عبر الفيديو *Vlogging* أداةً للترويج للموروثات الثقافية الجزائرية، (رحموني، بن شراد، 2021)، سعت هذه الدراسة العلمية إلى التعرّف بشكل مقرّبٍ على الدور الذي يلعبه التدوين عبر الفيديو (فلوكينغ) في الترويج للموروثات الثقافية الجزائرية من خلال المحتوى المرئي الذي يبثه صنّاع محتوى هذه المدونّات عبر منصة يوتيوب، وقد أنجز الباحثان دراسةً تحليلية حول الحضور الرقمي للموروث الثقافي الجزائري من خلال قيامهما بتحليل محتوى عينة قصدية، قوامها

أربعة وخمسون مدونةً فيديو جزائرية تنشط على منصة يوتيوب، يُقدّم فيها أصحابها محتوى سمعيا بصريا حول الموروث الثقافي الجزائري.

وبعد تطبيق الباحثين استمارة تحليل محتوى محكمة على شكل ومضمون هذه المدونات، توصّلا إلى مجموعةٍ من الاستنتاجات العلمية أهمها: أنّ التدوين عبر الفيديو نجح وإلى حدّ كبير في تقديم الموروث الثقافي الجزائري المتنوع بشكل فنيّ جميل رغم بساطة الإمكانات وقلة التكوين، وساعد في التعريف بالتراثين المادي واللامادي المتعدد للجزائر.

الدراسة الرابعة: استراتيجيات جعل الفلسفة النسوية فلسفةً دارجة، (سوبرسن، 2015)، حيث سعت الباحثة في دراستها لتقديم ضبطٍ علمي لمختلف اشكال النظرية الفلسفية النسوية، ما فيها فلسفة ما بعد النسوية، ثم العمل على جعلها دارجة أكثر عبر تطبيعها وإتاحتها للعوام وتقريب مسلماتها وأفكارها من الناس العاديين.

ملاحظة ختامية فيما يخص الدراسات السابقة: فضل الباحث تخصيص دراسة سابقة لكل متغير من متغيرات دراسته هذه، فاقتربت الدراسة الأولى من ماهية الاكسيولوجيا، في حين مسّت الدراسة الثانية التلقي الثقافي الجندري (الذكوري تحديدا) للإعلانات التلفزيونية التي توظف المرأة وصورتها، أما الدراسة الثالثة فقد خصصناها للتدوين الرقمي في الجزائري، في حين جاءت الدراسة الرابعة والأخيرة في شكل بحث مترجم حول سبل جعل الفلسفة النسوية (بما فيها فلسفة ما بعد النسوية) متاحة درجة ومطبعة عند العامة.

خلفية نظرية حول المدونات النسائية:

لقد أثبتت الدراسات والإحصائيات تزايد إقبال المرأة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أشارت الأبحاث حول النساء المدونات أنهن يساعدن في توليد

الأفكار والمعرفة ويتحدين المشكلات الاجتماعية، وأن هذه الوسائل التكنولوجية والشبكات الاجتماعية تحمل فرصا للنساء لتبادل الخبرات من غير حراس بوابة يمنعون المحتوى من النشر، فمع تطور خصائص هذه الشبكات وظهور العديد من الحسابات النسائية وكذا الاستفادة من خاصية الصفحات داخل شبكة الفيسبوك تحديدا أصبحن مصدرا مهما لمناقشة قضايا المرأة، وانطلاقا من هذه الأهمية توجهت النساء والناشطات النسويات والقائمات على المطالبة بحقوق المرأة سواء التابعة لمنظمات نسوية رسمية أو جمعيات وتكتلات غير رسمية هدفها نشر الفكر النسوي والدعوة لنصرة قضايا المرأة داخل مجتمعاها لاستغلال هذه المساحة الافتراضية لبناء وتكوين حركة ونشاط نسوي يضمن لهم حشد أكبر قدر ممكن من الأنصار لرفع لواء هذه الحركة بوسائل اتصال جديدة.(حداد، 2019)

تتجه المرأة العربية اليوم لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعي كوسيلة وأداة لتمكينها من التعليم والتكوين والمساهمة في دفع عجلة التقدم والتنمية في مجتمعها. فقد سمحت تكنولوجيا المعلومات الجديدة وشبكات التواصل الاجتماعي للنساء في العالم العربي بإبراز قدرتهن على المناقشة والتحري وتقديم القضايا المختلفة والتفاعل بشكل كبر وتبادل المعلومات والآراء بشكل أسرع، وفي الوقت نفسه، تعمل الحركات النسائية في المنطقة العربية على تزايد استخدامها واستغلالها لوسائل الإعلام الالكترونية لطرح أفكارها وحشد الأنصار لتأييدها والدعوة للتضامن معها. كما خلقت مساحات للحث على التعاون والتشارك، وإتاحة الأسئلة وردود الأفعال، بل ولعبت دورا هاما في تمكين أصوات النساء، وخلق توجهات محددة للفتيات والنساء اللاتي تدعين إلى إضافة اطر تنظيمية وسياسية لحمايتهن وتمكينهن من خلال وسائل الإعلام ومحو أمية المعلومات وغيرها من الوسائل. (حداد، 219)

لقد استفادت الحركة النسائية من الوسائط المتعددة مثل الانترنت ومنتديات الحوار الالكتروني، ومهدت هذه الوسائل لإنتاج خطاب جديد في التحرر يتجه اليوم

لاحتلال مجالات كثيرة في النطاق العام لم تكن المرأة قادرة على بلوغها اعتمادا على المادة المنشورة. فلقد وجدت أن مواقع التواصل الاجتماعي منحتها الفرصة لخلخلة الهيمنة الذكورية على النساء في الواقع، وان النجاح مرتبط بمدى الاستثمار الذكي والايجابي لهذه المواقع.

إن للمرأة على الصعيد العالمي قضايا مشتركة من جهة، وطابعا من الخصوصية من جهة أخرى، حيث تتنوع وتختلف طبيعة هذه القضايا باختلاف كل سياق وكل إطار ثقافي ومسار تطور تاريخي، وتنطبق ذات الفكرة على قضايا المرأة العربية في الدول العربية المختلفة، فكما أن للمرأة العربية قضايا وهموم متشابهة أو حتى متماثلة وآمالا من الداخل وتطلعات مشتركة، فإن هناك تباينات واختلافات في العديد من القضايا طبقا للإقليم الفرعي داخل الوطن العربي الذي تعيش فيه المرأة أو الدولة التي تنتمي إليها أو ا□تمع الذي تعيش بداخله. إن هذه التباينات والاختلافات تكون موجودة طبقا للعديد من المعايير الأخرى مثل درجة التعليم الذي حظيت به هذه المرأة والطبقة التي تنتمي إليها، وحالتها الاقتصادية والاجتماعية، ودرجة استقلالها المادي، وطبيعة العمل الذي تمارسه أو كونها ربة بيت لا تعمل أو على الجانب الآخر انها امرأة معيلة، وعما إذا كانت تربت وكبرت وتعيش في الحضر أو الريف أو البادية بل إذا كانت تعيش في عواصم ومدن كبرى أو صغرى ، والعقيدة التي تنتمي إليها والمنظومة الثقافية التي نشأت في إطارها ودرجة وعيها الفئوي والحقوقي والسياسي والنقابي، وذلك ضمن أمور أخرى كثيرة تستوجب أخذها في الاعتبار والوعي بها في شكل متعمق واستيعابها بصورة كاملة عند الحديث عن قضايا المرأة بشكل عام.

خلفية تنظيرية لنظرية نسوية وما بعد نسوية جز ائرية

مع بداية العام 1960، كان العالم يعرف تحولاتٍ جذرية وعميقة على جميع المستويات، بدأت مؤشراتها بالظهور مع انحسار رقعة الصراع السوفييتي الأمريكي

العسكري الدامي الذي طال أمده بين معسكريهما، وقد تمظهرت هذه التغيرات الكبرى في أشكال متعددة، لعل أهمها النتائج التي فرّخها نداء السابع عشر من فيفري 1957 في لندن والداعي لنزع السلاح النووي، ثم نجاح فيدال كاسترو عام 1959 في الإطاحة بالرئيس فولغينسيو باتيستا الذي حكم البلاد بقبضة حديدية طوال عقود من الزمن، تبعه صعود كاسترو نفسه إلى سدّة الحكم، ما فتح الباب واسعًا أمام ثوريين محتملين آخرين في جميع أنحاء العالم للقيام بحركات ثورية مشابهة للتجربة الكوبية، وهو الحدث الكبير الذي تلاه ببضعة أشهرٍ وتحديدًا في الثامن من نوفمبر 1960 وصول جون ف. كينيدي إلى البيت الأبيض خلفًا لدوايت ايزنهاور بفوزٍ عريض وإطاحته بمنافسه نائب الرئيس ريتشارد نيكسون بفارق سبعين مليون صوت تقريباً، أين سعى كينيدي بدء عهدته بفعلٍ استعراضي لتثبيت صورته عند ناخبيه الأمريكيين عبر محاولته الإطاحة بكاسترو في كوبا عام 1961 ضمن ما عُرف بحملة خليج الخنازير والتي انتهت بفشل ذريعٍ ومذلٍ، بل تسببت في نتائج عكسية وعلى مستويات متنوعة (وهي المستويات التي تهمنا أكثر هنا) أين تزايدت الحركات المناهضة للسلوك العسكري للولايات المتحدة وتضاعفت معها جهود المناوئين للتفرقة العنصرية في أمريكا، وانتعش السلوك المدني المحلي هناك وتكاثرت معه لجان المساواة المُطالبة بتعميم حق التصويت وإطلاق الحريات والحقوق لكل مكونات المجتمع تحت شعار "أمريكا للجميع"، رافقها سطوع نجم مالكوم اكس كمدافع شرس عن حقوق الأقليات الدينية والعرقية وحق الفرد في الحرية والتحرر، والذي صاحبه احتلال صورة أمريكا الجديدة والحرة ومتعددة الأعراق والألوان لمخيال ملايين الناس عبر العالم الذين بدؤوا يتعرفون عليها من خلال شاشات التلفزيون التي ظهرت حديثا، وشاهدوا من خلالها أسلوب الحياة السهل على طريقة الحلم الأمريكي المبهر وهو يُعرض أمامهم، قبل أن يفاجئهم قرار السوفييت بأخذ الصراع مع الولايات المتحدة إلى مستوى آخر كليًا وبعيدا عن الأساليب العسكرية التقليدية بإعلان موسكو عن وصول رجلها يوري غاغارين للمرة الأولى إلى الفضاء الخارجي ضمن مشروع محطة سبوتنيك في الثاني عشر من أفريل عام 1961.

وفي خضم الهوس التحرري الذي غزا الفكر العالمي خلال الستينيات على جميع المستويات وانحسار الحروب في شكلها التقليدي، وبالتوازي مع تسجيل تزايد ملحوظ لنشاط الحركات الاستقلالية السلمية منها والمسلحة عبر العالم ونجاح جهود تدويل أغلب هذه القضايا التحريرية داخل أروقة الأمم المتحدة، حبست 50 ألف امرأة أمريكية أنفاس العالم بنزولهن إلى شوارع ستين مدينة أمريكية للتنديد بالسياسات الحكومية الأمريكية العامة والنزاعات النووية وأثارها الجسدية والجنسية عليهن، والتي توسّعت لاحقا لتشمل مطالب رفع أجورهن ومساواتهن بالرجل وحقهن في الإجهاض وتقنين حبوب منع الحمل وتعميم ارتداء السراويل وغيرها من مطالب الحركة النسوية الوليدة آنذاك، ليسارع الرئيس كيندي، وبمباركة من السيدة الأولى جاكي كيندي إلى التوقيع على أمر تنفيذي لإنشاء "اللجنة الرئاسية المعنية بوضع المرأة" يوم الثامن عشر من ديسمبر 1961، والتي شكلت انتصارا غير مسبوق للحقوق والنضالات النسوية في العالم، وكانت أول اعتراف رسمي حقيقي بهذه الحركة ونسائها.

أما في فرنسا، إحدى أكبر القوى العالمية آنذاك، فكانت الأسئلة تتزايد حول الكلفة الحقيقية لحروب فرنسا وتضاعف مصروفاتها المادية على حساب الخزائن الحكومية، وحول الكوارث الإنسانية التي كانت تحدث في مستعمراتها والتي لطّخت سمعة فرنسا الدولية (وتحديداً في الجزائر)، خاصة مع توسّع دائرة الإدانات المتتالية لكبار مثقفي ومفكري فرنسا آنذاك مثل جان بول سارتر في كتابه الجدلي "عارنا في الجزائر" والذي تزامن مع صدور كتاب رفيقته وعميدة النسويات الفرنسيات سيمون دو بوفوار "الجنس الآخر" ذي الطابع التحرري النسوي، والذي نادت فيه صراحة باحترام المرأة وتحريرها ومنحها كل حقوقها ومساواتها بالرجل، وهما الكتابان اللذان سبقهما توقيع مؤلفيهما سارتر ودو بوفوار بالإضافة إلى 119 مثقفا وفيلسوفا فرنسيا آخراً على "بيان 121" سنة 1960 والذي دافعوا فيه عن حق الشعب الجزائري في تقرير مصيره ودعوة المجندين الفرنسيين إلى عدم الانصياع للأوامر العسكرية ودعم حقوق النساء

والرجال داخل فرنسا وفي مستعمراتها، وما نتج عن هذا البيان الجريء من زيادة الوعي المحلي والعالمي حول ما يحدث في الجزائر والتزام الموقعين بما جاء في بيانهم رغم الإجراءات التأديبية التي طالت كثيراً منهم في الأشهر وحتى السنوات اللاحقة، كل هذا جاء مع تعاظم المأزق الإنساني الفرنسي هناك وتعالي الدعوات من الداخل والخارج لإنهاء السلوك العدواني اتجاه الجزائريين، وتمرد عدد من الجنود ورفضهم الصريح العودة إلى ساحات القتال في الجزائر، وتزايد الإدانات الدولية للفظائع المرتكبة هناك، إضافةً إلى تكرّر نداءات أهم رجالات الفكر والثقافة في فرنسا وأوروبا لإنهاء هذه الحرب المربكة وبتأثيرات أعمق على الرأي العام، يضاف إليها ارتدادات الإضرابات المتكررة في فرنسا والقبضة الحديدية بين الطلاب والحكومة الفرنسية التي نظّر لها كثيرا المخضرم بيير بورديو، وهي الارتدادات التي سبقها شلل متقطعٌ في السير الطبيعي للحياة في فرنسا بسبب مطالب العمال برفع الأجور وإصلاح التعليم والصحة، وخرجات النقابيين المتكررة نهاية الخمسينيات وبداية الستينيات والتي ربطوا فيها -وفي كثير من الأحيان- حالة التفقير التي بدأت تمس فئات واسعة من المجتمع الفرنسي إلى الكلفة العالية لحرب الجزائر على حساب قطاعات التعليم والصحة، وتزايد الحرج السياسي والعسكري على فرنسا الديغولية وتوسع دائرة الانزعاج من محاولات إسكات أصحاب الفكر والصحافة تحت مبررات واهية أو فضفاضة متعلقة غالبا بقضايا الأمن الوطني ووحدة الوطن والحفاظ على قيم الجمهورية الخامسة، الشيء الذي فتح المجال واسعا لحركات المجتمع المدني وعلى رأسها الحركة النسوية للضغط أكثر وافتكاك المزيد من الاعتراف الشعبي والرسمي، ومنح المزيد من التزكية والمشروعية لنضالات نساء الحركة (ورجالها).

أما في الجزائر، ومع نهاية العام واحد وستين، فقد بدأت الرؤية الضبابية في التوضّح والتكشّف أكثر، خاصة مع توجه القضية الجزائرية الشائكة نحو الحل، وتوالي الاعترافات الدولية بالحكومة المؤقتة بقيادة فرحات عباس ممثلاً شرعيا ووحيدًا للجزائريين بعيدًا عن فرنسا ومندوبيها، وبعيدًا عن تسمية الأنديجان التي باتت صفة

مهينة آنذاك، خاصة مع امتدادات وارهاصات نضال السود والنسويات واللاتينيين والمثليين في أمريكا وفرنسا والرافضة لكل اشكال الإذلال او الاستعمار أو الوصاية أو الإقصاء (بالتوازي طبعاً مع نضال الجزائريين السياسي والعسكري).

كل هذه الظروف، وفي تقاطعها وتراكمها مع بعضهما دفعت الوزير الفرنسي للشؤون الجزائرية لويس جوكس ممثلا عن الرئيس الفرنسي شارل ديغول وبأمر منه للجلوس على طاولة واحدة مع رضا مالك وكريم بلقاسم وسعد دحلب ومحمد الصديق بن يحيى ولخضر بن طوبال مفاوضين وممثلين عن الحكومة الجزائرية المؤقتة في تشكيلتها الثالثة، في مدينة إيفيان السويسرية لعقد محادثات ومفاوضات جديدة بدأت في الثامن عشر من مارس عام اثنين وستين، ظاهرها من جانب الفرنسيين جسّ نبض ممثلي الحكومة الجزائرية المؤقتة وتقديم صورة إيجابية عن بلدهم للعالم بعد تحجج طويل بعجز باريس عن إيجاد طرف جزائري جاد تتفاوض معه، أما باطنها فكان سعيهم لضمان خروج فرنسي أمن ومريح من المستنقع الجزائري بأضرار أقل ومنافع أكبر ضمنتها لهم لاحقا بنود اتفاقيات ايفيان المربكة، أما على الجانب الجزائري فالهدف (المعلن على الأقل) كان منح الجزائريين حقهم الكامل في تقرير مصيرهم بأنفسهم وإفهام العالم بأن التواجد الفرنسي في الجزائر يجب أن ينتهي، وأنّ استفتاءً حراً هو الحل الوحيد الذي مازال متاحا ومقبولا للطرفين، وهو الاستفتاء الذي سيُتوج لاحقا باستقلال الجزائر وتتويج ثورة الجزائريين التي قدمت مليوناً ونصف المليون من خيرة أبنائها واحدةً من أعظم ثورات القرن العشرين، والتي رافقها أيضا تكثّف الوعي النسائي الجزائري وتنامي فكرة حقوق النساء وخروجهن من عباءة القهر الاجتماعي المفروضة عليهن من طرف الكولون الفرنسي أو الرجل الجزائري في ذلك الوقت، وظهور مجموعة من النسويات الجزائريات المتشبعات بالفكر التحرري والتقدمي، خاصةً أولئك اللاتي زاولن دراستهن في المدرسة الفرنسية واحتككن بنسويات أخريات من فرنسا تحديدا (وبدرجة أقل مع نسويات أخريات من خارجها).

إنّ هذه المقدمة حول الحركة النسوية المبنية على التجربتين السياسيتين الفرنسية والأمريكية ومن خلفهما التجربة النسوية الجزائرية، جاءت على اعتبار أن تأريخية الفعل النسوي تعود لهذين البلدين أساسًا، سواءً فرنسا التي يعود لها الفضل في التنظير الأول لمصطلح النسوية بمعناه الأوليّ المحدود بفضل كتابات الفيلسوف شارل فوريي مؤسس المدرسة النقدية الاجتماعية الذي "استنتجه" من نضالات المرأة خلال الثورة الفرنسية ومشاركتها الرجل في الفعل التحرري الثوري وهو المصطلح الذي تركه فوريي محصوراً في نطاق أكاديمي ضيّق لم يصل إليه سوى قلّة من الطلبة والباحثين والأرستقراطيين آنذاك، قبل أن يختطف الكاتب الشعبي ألكسندر دوما الابن المصطلح من فوريي ويشيعه على نطاق واسع، ويضيفه إلى المعجم الفرنسي بفضل تواتر ظهوره في قصصه ومحكياته الشعبية ذائعة الصيت وقتها.

في حين يعود الفضل للأمريكيين في تخمي هذا "المصطلح/الفعل" وتنميته والدفع به لأخذ معناه الحالي الواسع بفضل الجرأة غير المسبوقة للمرأة الأمريكية في افتكاك حقوقها ووقوفها نداً للرجل، بل ويحسب لها نجاحها في جذب الرجال أنفسهم ليكونوا نسويين ويشاركوا في هذا النضال، ثم تعميم أفكار الحركة اجتماعيا وثقافياً وضمّ مثقفين من الرجال والنساء للحركة والدفع بهم نحو تقديم منتوجاتهم الثقافية والأدبية تحت غطاءٍ نسويّ فظهرت في أمريكا أولى المحاولات الشعرية النسوية التي خلقت جيلا كاملا من الكتاب والشعراء والروائيين النسويين من الرجال والنساء على السواء، لتتعمم هذه التجربة الثقافية الوليدة لاحقاً على مدرّجات الجامعات وبحوثها الأكاديمية وشاشات التلفزيون الأمريكي الآخذ في الانتشار وبتأثيراتٍ مجتمعية متضاعفة، وعلى خشبات المسرح الميلودرامي وظهور موسيقى نسوية مؤثرة عبره، ثم وصوله إلى السينما وظهور أفلام تتبنى القضية وتعالج موضوعاتها وتدافع عنها وتسعى لجذب المزيد من المريدين إليها، وبروز مصطلح "السينما النسوية" الذي غزا العالم بأسره ووصل إلى جميع الدول ومن بينها الجزائر عبر ما تنتجه النساء على شبكة الانترنت عموما ومنصات

التواصل الاجتماعي تحديدا، والذي بات يعرف باسم التدوين الرقمي وتلقيه من قبل الآخر(الرجل أساساً) ومحاولة الاسيس لنظرية ما بعد نسوية جزائرية، وهي المحاولة التي مازالت تراوح مكانها حالياً مثلها مثل النظرية النسوية.

مع ضرورة تنويهنا ختاماً إلى فكرة مهمة جدا، مفادها أن حيث مصطلح "المحتوى النسوي وتلقيه الما بعد النسوي" قد يشير في أذهان الكثيرين إلى تلك المحتويات التي قدمتها نساءٌ حصراً وتتلقاها نساء حصراً، في حين أنّ المصطلح اليوم توسّع أكثر، وبات يشير كذلك إلى محتويات تلقاها رجالٌ رغم أنها تعالج مواضيع نسائية بحتة وقد تكون موجهة في الأصل للناس فقط، فالتدوين النسوي وتلقيه الما بعد النسوي اليوم يشير إلى نسوية الموضوع وقضاياه لا لجنس صاحبه ومتلقيه.

الجانب التطبيقي:

منذ ثلاثة عقود تقريبا قامت الأستاذة المخضرمة غوتا بورغراف بنشر ورقتها العلمية المرجعية "الإيديولوجيا ما بعد النسوية للجندر" والتي لها عدة ترجمات باللغة العربية متاحةً في الكتب والمواقع المتخصصة، لعل أشهرها تلك التي وضعها زيد أولادزيان وتكفل بتحريرها بدر الحربي، حيث ترى المنظّرة النسوية الشهيرة في بداية بحثها هذا بأنه "وبنظرةٍ عامة على القرون الأخيرة من التاريخ، يمكن تبيَّن كم غيَّرت الحركة النسوية حياتنا بشكل عميقٍ، سواءً الأسريّة أو الاجتماعيّة، وهي التحولات التي بدت في الوَهلة الأولى بأنها عادلة وضروريّة، بل أن ندرك فيما بعد، ومع الاهتمام المتزايد، أنها كانت مضرة ومبالَغا فيها. بل إنها التغيرات التي بات ينظر إليها في الوقت الراهن، على أنها تحولات مدمِّرة في الواقع". (بورغراف، 2020)

وعلى اعتبار أننا نعيش في مجتمعاتٍ متعدِّدة الثقافات، فإننا نستطيع أن نلاحظ الظواهر الاجتماعية الأكثر تناقُضًا في آن واحد، والتي جعلت الحركة النسوية تتطور بشكل كبير وتعدد موجاتها، وتختلف تياراتها، (وقد أشرنا إلى ذلك بشكل مقتضب

في الجانب النظري من بحثنا هذا أعلاه)، وهي التعددية الفكرية والمجتمعية والزماكنية التي مهّدت بتراكمها لظهور الـ "ما بعد نسوية".

على الجانب الآخر، برزت لنا بضع مدونات نسوية جزائرية عديدة ومتنوعة، قام الباحث باختيار عدد منها بطريقة قصدية، وهي المحتويات المدوناتية النسوية التي افترضنا سلفًا أن المتلقين الجزائريين الذكور يتعاطون معها، ثم يُخضعونها لتقييم قيميٍّ (أكسويولجي) بناءً على افتراضات ومسلمات نظرية "ما بعد النسوية" التي تعتبر مرجعا قيميًا أكسويولوجياً للمتلقين في حالتنا هذه (يمكن في دراسات أخرى جعل الشريعة الإسلامية مرجعا قيميا، أو يمكن جعل النفعية البراغماتية هي المرجع القيمي، واختيار هذا المرجع يعود للباحث وأهداف بحثه)، وقد اختار الباحث محتويات لكلٍ من أميرة ريا، ديفا ريبيكا، جاست يومي (إيمان)، يامنة، وقد اختار الباحثة من عند كل واحدة منهن ثلاثة إلى خمسة مواد أو محتويات، يرى فيها بأنها تحمل قيمة أو فكرة نسوية، قدمتها امرأة جزائرية، ويمكن أن يتلقاها ويتفاعل معها الرجل الجزائري. (هذه الشروط الثلاث حتمية لاختيار المحتوى، وفي نفس الوقت خاضعة لأحكام الباحث الموضوعية في انتقائها)

الإجراءات:

لقد تم اختيار بضعة موادٍ تدوينية نسوية مختلفة، مختارةٌ بطريقة قصدية، عددها الإجمالي 23 محتوى مأخوذة من خمسة نساء مدوّنات، وهي المواد التي تمّ عرضها على عشرة متلقين ذكور، ثم طُلب منهم تقييمها قيميًا أكسيولوجيًا، بناءً على مجموعة من المؤشرات، في خضام مقابلة مفتوحة أجريت معهم في أوقات متقاربة لكن غير متزامنة، لأسباب تتعلق برغبة الباحث الحديث مع المبحوثين كل على حدة. وبناءً على النتائج المتوصل إليها من المقابلات المفتوحة المجراة مع عشرة متلقين ذكور (عدد محدود جدا، يعود أساسا إلى ضيق الوقت ورغبة الباحث التحكم في المواد البحثية التي

سيجمعها والبيانات التي تتوفر لديه للقيام ببحث دقيق) تم التوصل إلى نتائج ستُعرض أدناه.

لقد استعان الباحث بالمقابلات المفتوحة أداةً للحصول على معلومات من المبحوثين، وعددهم عشرة، للاطلاع على حكمهم القيمي الإكسيولوجي الذكوري نحو ما يتلقونه من محتوى تدويني نسوي محلي اختاره الباحث عمدا، وحاولنا الاقتراب من حكمهم بناءً على مجموعة من المؤشرات التي هي في الأصل منطلقات أو مسلمات نظرية ما بعد النسوية، حتى نعرف إلى أي مدى يرون أن محتوى التدوين النسوي الجزائري المقدم لهم خاضع في جانبه القيمي لمدركاتهم وقناعاتهم الما بعد نسوية (دون إخبارهم سلفا بذلك).

مناقشة النتائج:

- ✓ **<u>الانفتاح على الآخر</u>**: "بكل تأكيد، فإن الله يحب الرجل كما يُحِبّ المرأة، ويدعوهُما معًا إلى الانشراح. ولكن لماذا جعلهما مختلفَين؟ الإنجابُ لا يمكن أن يكون السببَ الوحيد؛ ما دام أنه يمكن أن يكون كذلك عبر التوالد البِكري، أو أن يكون بدون جنس، أو بشكلٍ مختلِف، كما هو الحال في المملكة الحيوانيّة. وهذه الأشكال البديلة، على الأقل، يمكن تصوُّرها، وهي تُجسّد نوعًا من الاكتفاء الذاتي؛ كما تزعم ذلك أيديولوجية الجندر". (...) تم عرض هذا المقتطف المأخوذ من تنظير بورغراف لما بعد النسوية على المبحوثين العشر، ثم عرضت عليهم بعض المقاطع التدوينية النسوية التي يرى الباحث بأنها تدعم هذه المسلمة الما بعد نسوية (الانفتاح على الآخر)

وقد وجد الباحث أن 7 من أصل عشرة مبحوثين يرون أن اغلب المحتويات المعروضة عليهم يتلقونها بصدر رحب، ويرون أن للمرأة مثل الرجل كافة الحقوق "الأساسية" وأن المحتوى النسوي الذي تناديه به تلك المدونات للانفتاح على الجنس

الاخر لا يحمل أي اعتبارات جنسانية أو مبتذلة، بل على العكس ينظرون إليها نظرة إيجابية وموافقون عليها ويدعمون صاحبات هذا التوجه، وهي نسبة لا بأس بها ومشجعة.

- ✓ **أهميّة الأسرة:** "إذا كان صحيحًا بأن النساء لسنَ فقط زوجاتٍ وأمّهاتٍ، فإن كثيرًا منهنّ في الحقيقة زوجات وأمهات، أو يردِنَ أن يكُنّ كذلك. يجب إذن وضع الاحتمالات حتى يتمكّنّ من تحقيق ذلك بشرفٍ. المرأة التي لديها نشاط مهنيّ في الخارج؛ لا ينبغي أن تكون هي المرجع للنموذج المثالي الوحيد للاستقلاليّة الأنثويّة، مع كل الاحترام الذي تستحقّه هذه الأهداف الرّفيعة (...) إن الأسرة ليست بالطّبع المهمّة الحصريّة للمرأة. ولكن حتّى لو كان الرجُل يُظهِر مسؤوليّته ويُوائم بشكلٍ كافٍ بين مهامّه المهنيّة والأُسريّة، لا يمكن أن ننكِر أنّ المرأة تلعب دورًا مهمًّا جدًا داخل المنزل، كما أن إسهامَها الخاصّ ينبغي أن يكون مُعتَبَرًا تماما في القانون، وبالتّحديد مأجورًا من وجهة النظر الماليّة والسوسيو-سياسيّة".. إن هذا المقتطف من ورقة بورغراف، تم عرض مقاطع فيديو لمدونات جزائريات يتناولن التفريق بين أهمية الأسرة التقليدية وأهميتها اليوم وفق مسلمات الما بعد نسوية، حيث يرى جميع المبحوثين العشرة بأن للأسرة أهمية قصوى في حياة المرأة والرجل على السواء، مع بعض التحفظات الواضحة حول بعض النقاط الخلافية، وهي النقاط التي ترتكز عليها تحديدا الما بعد نسوية، فإذا كان أغلبهم يوافقون على تأسيس المرأة حياةً زوجية وأسرية وفق الضوابط المتعارف عليها (زواج، أبناء شرعيين، وعقود..) فإنهم أبدوا امتعاضا من ميل النسويات إلى تحقيق ذلك دون الحاجة للزواج أو وجود أب معروف لأبنائهم لأسباب دينية قيمية اكسيولوجية بحتة، كما لا يرى جميع المبحوثين أيّ مانع من امتلاك المرأة الجزائرية نشاطا مهنيا خارج المنزل، مع وجود تضارب بينهم حول تأثير هذا النشاط المهني على تماسك الأسرة وحضور

الأم فيها، كما لا يرون أي مانع من مشاركة المرأة في المسؤوليات المالية للبيت ومصاريفه جنبا إلى جنب مع الرجل الذي قد يكون زوجها وشقيقها أو والدها.

كما يوافق أغلب المبحوثين مع محتوى الفيديوهات الذي يرى بأن استقلالية المرأة ليست مالية فقط، بل أيضا فكرية وشخصية ويبدو أنّ هناك توافقا بين محتوى المدونات والرجال المتلقين ومسلمة بورغراف حول اهمية الاسرة ودور المرأة فيها في هذه النقطة تحديدا المتعلقة باستقلالية المرأة المالية والفكرية.

- ✓ **<u>الثقافة السائدة:</u>** "يجب على الثقافة، بدورها، أن تُقدّم استجابةً ملائمةً للطبيعة. فلا ينبغي أن تكون عائقًا أمام تقدُّم مجموعة من الأشخاص في حياتهم" (...) انطلاقا من هذه المسلمة عرض الباحث مقطعي فيديو اثنين على المتلقين الذكور العشرة ووجد أن ثمانية منهم يرفضون هذه الفكرة (محتوى الفيديوهات، ومسلمة النظرية)، حيث يفضل ثمانيتهم أن لا تقفز المرأة الجزائرية على الثقافة المجتمعية السائدة، وأن ذلك لا يتوافق مع حكمهم القيمي، وأن اعتماد الاسلوب الصدامي الصادم الجريء في تحقيق ذواتهن أو اثبات وجهات نظرهن هو أمر مضر أكثر منه نافع، وينتقص من احترام الرجل للمرأة بدلا من إجباره على احترامها، في حين يرى النائي المتبقي بأنه يحبذ تحفيف الاسلوب الصادم المعتمد وأخذ الثقافة المجتمعية السائدة بعين الاعتبار، وأعطوا مثالا عن ذلك بالنساء الموشمات أو المدخنات أو ذوات الملابس الفاضحة أو ممن تستعملن في مدوانتهن كلاما بذيئا.

- ✓ **<u>علاقةٌ مناسبة بين الجنس والجندر:</u>** "هناك وِحدة عميقة بين الأبعاد الجسديّة والنفسيّة والروحيّة عند الإنسان، وتداخُل بين البيولوجيّ والثّقافيّ. التصرُّف له أساس في الطّبيعة، ولا يمكنه الاستغناء عنها بشكل تامّ" (...) خلق هذا المقتطف تململا واضحا بين المبحوثين، والذي يعود على الأرجح لصعوبة

التفريق بين مصطلحي الجنس والجندر عندهم، وقد رأى ثلاثة مبحوثين بأنه إذا كان القصد من خلق علاقة مناسبة بين الفعل الجنسي والنوع الجنسي (ذكر- انثى) خارج أطره الأخلاقية القانونية الدينية فلا يمكن القبول به (حتى وإن كان "مناسب" اي دون مبالغة) وأطلقوا عليه مصطلحات مثل الزنا والنزوات وغيرها، وبأنه يصعب قبول مثل هذه الاشياء اذا اتت من المرأة أكثر مما إذا جاءت من الرجل، مع اعتراف واحد فقط من المبحوثين العشرة بأن رفضه هذا قد يأخذ طابعا شكليا (أو مثاليا) كون مثل هذه الاشياء موجودة وبكثرة في المجتمع وفي الخفاء، لكن المجتمع مازال يرفض الإقرار بها وتناولها علنا من طرف المدونات النسويات، خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي التي لا سلطة أخلاقية فيها، ومفتوحة على جمهور واسع ومتنوع ومختلف.

- ✓ **<u>تحدّي اكتشاف المواهب الخاصّة</u>**: "الرجل والمرأة، اللذان لا يتمايَزَان بالطبع على مستوى السمات الذهنية أو المعنويّة، يتمايزان، مع ذلك، في مجالٍ أكثر جوهريّةً وأنطولوجيّةً: الإمكانية ليكون كلّ منهما أبًا أو أمّا" (...) هذا المقتطف يشير إلى ضرورة أن تكتشف المرأة مواهبها خارج كونها أمًا فقط، وأن يتم تشجيع الرجل لاكتشاف مواهبه العاطفية حين يصبح أبا، وإذا كانت المقتطفات المعروضة على المتلقين تشجع الآباء على إبداء تعاطفٍ وحبٍ أكبر نحو صغارهم والمشاركة في تربيتهم، وفي نفس الوقت تشجيع المرأة على الخروج عن دورها التقليدي كأم حاضنة فقط، فقد أبدى أغلب المبحوثين موافقةً عامة حول هذه الافكار الموجودة في المدونات أمامهم، وأنّ لا مانع قيميّ لديهم من إضافة أدوار أخرى للمرأة خارج دورها كأم، كما لا يمانعون كذكورٍ في المشاركة في تربية الطفل داخل البيت والاهتمام به ورعايته جنبا إلى جنب مع وظائفهم التقليدية الأخرى، وهي المشاركة في الأدوار التي تطلق عليها بورغراف "تحدي اكتشاف المواهب"

ختاماً، لا بأس هنا من الإشارة إلى أن الباحث لم يعرض جميع مسلمات نظرية ما بعد النسوية، لعدة أسباب، الأولى كونها لا تتوافق مجملاً مع القيم المجتمعية السائدة عند المتلقين، بحيث يشترط في منهجية إجراء المقابلات أن لا تمس الأسئلة أو المحتويات المعروضة عليهم بهم أو بقيمهم، والسبب الثاني كان ضيق الوقت الشديد اذي عانى منه الباحث، أما السبب الثالث وهو الأهم، فهو أن المسلمات المستبعدة لا توجد أصلا في المحتوى المدوناتي النسوي الذي اختاره الباحث لدراسته وعرضه على المبحوثين، وبالتالي لا يمكن عرض مسلمة لا توجد أصلاً في المحتوى محل التحليل.

خاتمة:

إن التلقي الأكسويولجي الثقافي من قبل الرجال الجزائريين للمحتوى المدوناتي النسوي المبثوث على شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر خاضعٌ في أغلبه للمرجعيات الثقافية والدينية والقيمية التي يؤمن بها كل "فرد-متلقٍ"، وإذا اختار الباحث في دراسته هذه مسلمات الما بعد نسوية كمرجعٍ ثقافي أكسيولوجي وتقديم قراءة تقييمية نقدية له، إلا أنّ هذه المسلمات أو القناعات لا يتشارك فيها بالضرورة مع المبحوثين المستجوبين أو الباحثين الآخرين، الذين قد يكون لبعضهم مرجعا دينيا أو فكريا أو قيمياً أخر.

إن الاستنتاجات المتوصل إليها، تظهر توافقا قيميا ثقافيا لا بأس به من المتلقين الرجال للمحتوى التدويني النسوي المعروض على شبكة الانترنت حسب المسلمات الليلة التي تم انتقائها لعرضها عليهم، مع وجود احتمالية عالية بتغير درجة التوافق القيمي هذه في حال تم عرض المسلمات الما بعد نسوية الأكثر تطرفا (في حال كانت حاضرة في المحتوى المدوناتي).

إنّ اختيار مثل هذا الموضوع الجديد (في حدود ما اطلعنا عليه) كان بمثابة مجازفة علمية حقيقية، هدفها الأول طرق مجالات بحثية جديدة، وتوظيف طرائق

بحثية مبتكرة غير تقليدية وغير مكررة، وربطها بأفكار فلسفية وسوبولوجية أخرى، خاصةً مع ملاحظتنا توجه أغلب البحوث العلمية الإعلامية في الجزائر نحو الاجترار والتكرار والابتذال والتهريج أحيانا.

إن ما تمّ تقديمه أعلاه هو محاولةٌ مفتوحةٌ على قراءات مختلفة أخرى، (قراءات اكسيولوجية بطبيعة الحال) واختلافها يكون بناءً على المرجعيات الفكرية القيمية التي قد يختارها كل باحث، ما يجعل الاستنتاجات المتوصل إليها أعلاه قابلة للنقد أو التطوير أو التدعيم أو حتى الدحض.

إن المحتوى المدوناتي النسوي الجزائري يحمل مستقبلا واعدا بسبب انتشاره الواسع وتنوع متلقيه، ما يجعله مجالاً بحثياً خصبًا، لكنه يحتم أيضا على صانعاته النسوة تطوير أدواتهن ليس التقنية فقط بل الفكرية أيضاً (وهو الأهم)، وبالتالي لعبهن دور "المؤثرات" المرتبط بهن بجدارة واستحقاق.

المراجع المستعملة حسب تسلسل ظهورها وتوظيفها في المداخلة:

1. **السيد احمد مصطفى عمر: *البحث العلمي: إجراءاته ومناهجه*، مكتبة الفلاح، القاهرة، 2002، ص 166.**

2. **محمد عبد الحميد: *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*، عالم الكتاب، القاهرة، 2000، ص 133.**

3. **هشام بطاهر: *أكسيولوجية البرامج الإلكترونية في تحديث منهجية علوم الإعلام والاتصال، دراسة حالة*، مجلة الباحثة الإعلامي، العدد42، بغداد، 2018، ص 142.**

4. إبراهيم مرزقال: *استراتيجية تسويق الكتاب الالكتروني في الجزائري*، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستيرفي علم المكتبات، جامعة منتوري قسنطينة، 2010، ص 83.

5. *Katherine Ray Lantigua, Uses and Gratifications of Watching YouTube Beauty Vlogs, Rochester Institute of Technology, NewYork, 2019 ; P8*

6. *Nate Perkins, Googleonomics, Trafford Publishing, Canada, 2006, P248*

7. يمنى طريف الخولي: النسوية وفلسفة العلم، دارهنداوي للنشر، القاهرة، 2018، ص 11.

8. أحمد عمرو: *النسوية من الراديكالية حتى الإسلامية.. قراءة في المنطلقات الفكرية*، فصل من كتاب، ص ص 140 143

9. سارة جامبل: *النسوية وما بعد النسوية*، ترجمة أحمد الشامي، المجلس الأعلى للثقافة والمشروع القومي للترجمة، القاهرة، 2002، ص 237

10. عز الدين المناصرة، *النقد الثقافي المقارن منظور جدلي تفكيكي*، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان،2005 ، ص 295.

11. بشرى جميل الراوي و رنين جبار: *التنميط الجندري للمرأة في الاعلانات*، مجلة الباحثة الإعلامي، العدد 36، بغداد، 2015، ص 181.

12. أنيتا سوبرسن: ***استراتيجيات جعل الفلسفة النسوية فلسفةً دارجة***، ترجمة عبد الله المهنا، مجلة الثقافة العالمية، الكويت، العدد 178، يونيو 2015، ص 84.

13. ناريمان حداد: ***الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي/ دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة على الفيسبوك ومستخدماتها***، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في عوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019، ص 223.

14. جوتا بورغراف: ***الإيديولوجيا ما بعد النسوية للجندر***، ترجمة زيد أولادزيان وتحرير بدر الحربي، إثارة للمعرفة، تاريخ النشر 10 جانفي 2020، تاريخ الزيارة 10 مارس 2021، .10.00

مدونات الموضة والجمال عبر الأنستغرام: بأيِ شكل وأيِ مضمون؟

-دراسة تحليلية لعينة من مدونات الموضة والجمال الجزائريات-

Fashion and beauty blogs on Instgram : In what form and content ?

-Analytical study of a sample of Algerian fashion and beauty blogs-

طالبة الدكتوراه بن جديد رحمة

1جامعة 8ماي 1945 مخبر sophilab (قالمة - الجزائر)،

bendjedid.rahma@univ-guelma.dz

الدكتورة دحدوح منية

2جامعة 8ماي 1945 مخبر sophilab (قالمة - الجزائر) ،

dahdouh.mounia@univ-guelma.dz

ملخص:

برز التدوين النسوي الإلكتروني في الأونة الأخيرة كظاهرة إعلامية بارزة تستوجب التوقف عندها، وذلك عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها ومن بينها موقع الإنستغرام. وتعد الجزائر من البلدان التي تشهد حركية كبيرة في هذا المجال كغيرها من الدول لاسيما مدونات الموضة والجمال.

وتأتي هذه الدراسة التحليلية للتعرف من خلالها على خصائص وسمات هذا النوع من التدوين الإلكتروني النسوي في الجزائر عبر موقع الإنستغرام، وذلك بتحديد المضامين التي تتناولها هذه المدونات والتعرف على الأشكال التي تقدم من خلالها هذه المضامين.

كلمات مفتاحية: التدوين الإلكتروني، التدوين النسوي، الإنستغرام، مدونات الموضة والجمال، التدوين في الجزائر.

ABSTRACT:

Feminine blogging has recently emerged as a prominent media phenomenon that needs to be studied, through various social media sites and their applications, including Instagram. Algeria is one of the countries that witnesses a great movement in this field, like other countries, especially in fashion and beauty blogs.

This analytical study comes to identify the characteristics and features of this type of feminine blogging in Algeria via Instagram, by identifying the contents covered by these blogs and identifying the forms through which these contents are presented.

Keywords: *Blogging, feminine blogging, Instagram, fashion and beauty blogs, blogging in Algeria.*

مقدمة:

شهد العقد الأخير انتشاراً واسعاً لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في جل بلدان العالم وبين كافة الفئات الجماهيرية، هذا الانتشار الذي ساهم بدوره في تطوير استخدامات هذه الوسائل وتعزيز الوظائف التي تشغلها إزاء الأفراد والمجتمعات.

ومع الاستعمال الواسع لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بين مختلف الفئات الجماهيرية، انتشرت كذلك محتويات متخصصة في مجالات عدة منها المحتوى الخاص بمدونات الموضة والجمال والموجه بالأساس لجمهور النساء، وهي الظاهرة التي بلغت الدول العربية والجزائر في السنوات القليلة الماضية، ومن هنا كان لزاماً علينا كباحثين متخصصين في حقل علوم الإعلام والاتصال أن نتوقف عندها ونحاول فهمها في الوقت الحاضر انطلاقاً من التجارب الواقعية في المجال وسعياً لبناء تصورات وتوقعات حول مستقبل التدوين الإلكتروني النسوي في الجزائر.

1. الإشكالية:

مع نهاية القرن الحادي والعشرين ونتيجة للتطورات التكنولوجية التي شهدها العالم، ظهر ما يُعرف بالإعلام الجديد، ومع الثورة الرقمية التي جاء بها في مجال علوم الإعلام والاتصال، عرف هذا النوع من الإعلام التفاعلي انتشاراً واسعاً في فترة وجيزة، خاصة وانه استحدث تقنيات وخصائص لم تكن موجودة في الإعلام التقليدي على اختلاف وسائله، إضافة لميزتي السهولة والسرعة.

تبلور مفهوم الإعلام الإلكتروني في عدة أشكال كالمدونات والمنتديات والصحافة المتعددة الوسائط على مواقع الأنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية والأجهزة الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها... ومن بين مواقع التواصل الاجتماعي التي شهدت رواجاً كبيراً موقع وتطبيق الإنستغرام الذي وبحسب احصاءات موقع "أليكسا" -الموقع الأول في إحصاءات الأنترنت في العالم- كان يستقطب ست مئة مليون مستخدم نشط شهرياً (سنة 2016)[1]، ليتضاعف هذا العدد ويبلغ المليار مستخدم نشط شهرياً في ظرف

ثلاث سنوات فقط، مع عدد مستخدمين لقصص الإنستغرام يتجاوز خمس مئة مليون مستخدم يوميًا.[2]

إن موقع الأنستغرام ورغم أنه يحتل المركز الثاني خلف موقع الفايسبوك عالمياً من ناحية كثافة الاستخدام بشكل عام، إلا أنه يتصدر القائمة في مجالات أكثر تخصصاً، اذ أن خصائصه تناسب أنواعا معينة من المستخدمين على رأسهم المصورين والمدونين والفنانين عموماً.

وبالتوازي مع التغييرات المهمة والتقنيات التكنولوجية الجديدة التي جاء بها الإعلام الجديد بمختلف وسائله شكلاً، فإن المضمون الذي يتم تداوله عبر هذه المواقع والتطبيقات استُحدث كذلك، فظهرت فئة جديدة من المحتوى الإلكتروني تعرف "بمدونَات الموضة والجمال"، وانتشرت في كل الدول والمجتمعات بما فيها الجزائر حيث برزت العديد من النماذج النسوية لمدونات يقدمن مضامين متعددة في مجالات مختلفة كالتجميل والموضة والأكسسورات وتسريحات الشعر والطبخ والترتيب وتربية الأبناء وغيرها ... وتحقق هذه المدونات أرقاماً إلكترونية كبيرة سواء من حيث أعداد المتابعين أو من حيث نسب التفاعلات والمشاركات، كما تتميز مدونَات الموضة والجمال عبر الإنستغرام في الجزائر بخاصية الامتدادات الواقعية التي تجسدها المدوِنات في شكل ماركات تخصهم، متاجر إلكترونية، محلات واقعية، مشاريع وشراكات في مختلف القطاعات...

ونظراً لهذا النشاط الواسع الذي يشهده مجال مدونات الموضة والجمال في الجزائر عبر الأنستغرام، وجب التوقف عند محاولة تحديد خصائص وسمات هذا النوع من التدوين الإلكتروني النسوي، من خلال طرح التساؤل التالي :**ماهي المواضيع التي تقدمها مدونات الموضة والجمال عبر حساباتها على موقع الانستغرام؟ وبأي شكل تقدم هذه المواضيع؟**

2. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة للتعرف على خصائص وسمات التدوين النسوي في مجال الموضة والجمال في الجزائر عبر موقع التواصل الاجتماعي الأنستغرام، وذلك من خلال التعرف على المضامين التي تقدمها مدونات الموضة والجمال عبر هذا الموقع إضافة لتحديد المعايير الشكلية التي تقدم المضامين من خلالها.

3. الإطار المفاهيمي للدراسة:

1.3- مدونات الموضة والجمال:

يعود الأصل في مفهوم "التدوين الالكتروني" و"المدوَنات" إلى موقع ويب الذي يتكون من مجموعة من الملاحظات أو المعلومات أو المقالات المرتبة ترتيبا كرونولوجيا"[3]، ويقابل المصطلح ترجمة blogs،واسم الفاعل المشتق منه المدوِن bloggers، ولكن مع تراجع استعمال مواقع المدونات الأصلية من جهة وتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي من جهة أخرى، فقد تحول المفهوم للتعبير عن أي نشر إلكتروني أو صناعة محتوى رقمي عبر أي منصة على الأنترنت، فبرز مدونون على الفايسبوك ومدونون على الأنستغرام ومدونون على اليوتوب وهكذا، لاسيما وأن مفهوم التدوين الكرونولجي الأول لم ينتشر كثقافة وممارسة في الدول العربية بما فيها الجزائر.

أما مدونات الموضة والجمال فهي الحسابات على الأنستغرام أو الصفحات على الفايسبوك أو القنوات على اليوتوب التي تختص بتقديم محتوى إلكتروني يخص الموضة والجمال موجه لجمهور الإناث، بشكل مستمر ومنتظم نسبياً، وعلى الرغم من حداثة هذا المفهوم واختلاف الآراء حول صياغته ودقته إلا أنه اجمع على كونه مضموناً ذو وسائط متعددة ينشر عبر شبكة الانترنت ويهتم بمواضيع مستحضرات التجميل وثياب الموضة والإكسسوارات وتسريحات الشعر وما الى ذلك من المواضيع التي تهم النساء وتختص بجمالهن، كما يتطرق هذا النوع من التدوين لمواضيع نسوية أخرى أحياناً كالطبخ والأمومة والتربية والترتيب...[4]

2.3- موقع التواصل الاجتماعي "الانستغرام":

قبل التطرق إلى تعريف مواقع التواصل الاجتماعي عامة أو الانستغرام على وجه الخصوص، وجب التنويه إلى الازدواجية التقنية التي صارت مهيمنة على مواقع التواصل الاجتماعي حيث نميز بين رابط الموقع الذي يتم الولوج إليه من محركات البحث (Instagram.com) وبين التطبيق الذي يتم تحميله من متجر التطبيقات App store أوPlay store، مع الإشارة لأن مفهوم "موقع الانستغرام" في سياق هذه الدراسة، يشمل النوعين التقنيين السابقين، حيث شاع استعمال مصطلح "موقع" كاختصار لموقع التواصل الاجتماعي، وليس الموقع كخيار تقني يختلف عن التطبيق.

ولعل من أحدث تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي أنها "مواقع الكترونية اجتماعية على الأنترنت تمثل الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل والتي تتيح لكل من الأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر الفضاء الرقمي"[5].

أما الانستغرام فهو موقع تواصل اجتماعي ظهر في أكتوبر 2010، يسمح بالتقاط الصور والفيديوهات ونشرها على الفور وإضافة فلتر رقمي عليها من أجل مشاركتها مع مختلف الشبكات، إضافة للعديد من المميزات المستحدثة كالقصص(story) ، والقصص المثبتة(story à la une) ، والفيديوهات الطويلة(igtv)، والمتجر الإلكتروني.[6]

4. <u>الإطار النظري للدراسة:</u>

1.4 -نشأة وظهور مدونات الموضة والجمال:

نشأت مدونات الموضة والجمال كمجال صناعة محتوى متخصص وموجه، في فترة متزامنة وبقية المدونات المتخصصات : مدونات الألعاب، الأسفار، الأكل ... وقد كانت الانطلاقة من الولايات المتحدة الأمريكية بطبيعة الحال كما كان الحال بالنسبة للمدونات الكرونولوجية ولمواقع التواصل الاجتماعي، حيث برزت شخصيات تصنف نفسها بأنها "شخصيات عامة" تتناول الشؤون الأنثوية واهتمامات النساء من شعر

وملابس وموضة ومستحضرات تجميل ... حوالي سنة 2010، وتخصصت في نشر محتوى متخصص وعام باستمرار وانتظام نسبياً، وعلى الرغم من أن دراسات أمريكية قد أثبتت أن مصداقية مدونات النساء عامة أقل من مصداقية المدونين من الرجال[7]، إلا أن هذا النوع من التدوين ازدهر وانتشر وبلغ كل أنحاء العالم، فانتقلت الظاهرة إلى الدول الأوروبية في المقام الثاني بعد فترة وجيزة من ظهورها في أمريكا أي سنوات 2012- 2013.

في المقابل وبالعودة للعالم العربي والجزائر، فإن الواقع التكنولوجي والتواصلي لطالما كان مرتبطاً بالثقافة الأجنبية الممتدة، حيث نجد أن دول الخليج على سبيل المثال قد عرفت ظاهرة مدونات الموضة والجمال من النساء في وقت يسبق دول المغرب العربي بما فيها الجزائر، وذلك راجع لكون الخليجين متأثرين بالثقافة الأنجلوساكسونية ويتبعون ما تأتي به، في حين لا نستورد نحن في دول المغرب العربي منتجاً أو صناعة ثقافية قبل أن تنتشر في دول أوروبا وفرنسا على وجه التحديد، ومنه فإن التأخر النسبية بين التدوين النسوي للموضة والجمال بين أوروبا وأمريكا منعكس بشكل واضح بين دول الخليج والمغرب العربي.

2.4 -أبرز نماذج مدونات الموضة والجمال عبر الإنستغرام في الجز ائر وامتدادات هذا التدوين:

إن المعيار الأول الذي يقوم عليه عالم التدوين الإلكتروني سواء في الانستغرام أو غيره من المواقع، هو المعيار الكمي البحت، لعدد المتابعين والمشاهدات والتفاعلات وما إلى ذلك من الإنجازات الرقمية التي تتحول فيما بعد لمكاسب مادية ومعنوية.

وعليه فإننا سننطلق من هذا المعيار في محاولة لتصنيف أبرز نماذج مدونات الموضة والجمال والجزائريات، اللواتي بلغن عدداُ هاماً من المتابعين، مع الإشارة لأن بعضهن لا يمتهنن غير هذا الحرفة لكسب العيش، وبعضهن انطلقنا منها لتوسيع مصادر الدخل كما سنوضح فيما يلي، وفئة أخرى كانت مشهورة من قبل الولوج لهذا المجال،

ومثال ذلك المغنيات أو الممثلات أو مقدمات البرامج اللواتي حولن حساباتهن إلى نوع من التدوين النسوي للموضة والجمال، مع الحفاظ على المهنة الأصلية التي برزوا منها.

إن التدوين الإلكتروني المتخصص صار يعد مصدراً أساسياً ومدراً للدخل في كل المجالات ومن بينها مجال التدوين النسوي للموضة والجمال، ولكن الميزة غير المتوفرة في مجالات متخصصة أخرى أو صعبة التجسيد، هي الامتدادات التجارية لنشاط التدوين وصناعة المحتوى، حيث لاحظنا أن عدداً كبيراً من المدونات ينشأن مشاريع تجارية أو صناعية أو حرفية خاصة بهن، لتكون مصدر دخل أخر إلى جانب عائدات التدوين وما يرتبط به من إشهارات وتعاقدات، ولأن مجال التدوين النسوي قائم على الثقافة الاستهلاكية بالدرجة الأولى، فإن المدونات اللواتي كن يوجهن المتابعات لاقتناء منتوج معين يتحولن يتوجيههم لمنتوجاتهن الخاصة فيكسبن بذلك من الجهتين.

هذا ولم تقتصر هذه المشاريع التي أنشأتها المدونات على مشاريع الخياطة والملابس كمشروع **manelth** ولا العباءات والخمارات كماركة **amirariaa** فقط، بل تجاوزت ذلك لمشاريع خاصة بأدوات الديكور والشموع والأواني كماركة **ryma beauty addict** والنماذج المشابهة لهذا عديدة، أين تنطلق المدونات من شهرتهن وقاعدتهن الجماهيرية كسوق مباشر ومضمون لتسويق المنتجات التي يصنعهن أو يستوردهن باسمهن.

وصار البعض يستغل هذه الخاصية بشكل شبه عكسي أين تنشأ المدونات الماركات الخاصة بهن مع بداية نشاطهن في المجال التدويني، فتشتهر الماركة مع المدونة بشكل متوازي، بدل العلاقة السببية التي كانت تحكم مشاريع المدونات الأوائل.

جدول رقم 01: يوضح قائمة بأبرز مدونات الموضة والجمال الجزائريات على الأنستغرام

المدونة	عدد متابعيها على الأنستغرام	امتدادات نشاطها
Ryma beauty addict	2Mio	ماركة ديكور وشموع معطرة
ManelTh	935K	ماركة ملابس وعطور
Amira Ria	4,8Mio	ماركة ملابس وعباءات
Mademoiselle S	2,3Mio	ممثلة
Sarah cocoblogger	320K	ماركة ملابس
NahlaTv	1,1Mio	ممثلة وكوميدية
Lyna classy girl	890K	ماركة ملابس
Beauty queen mira	700K	صالون حلاقة وتجميل
Numidia Lezoul	4,5Mio	ممثلة
Noor M	2Mio	خبيرة تجميل

المصدر: من إعداد مجموعة البحث

5. الإطار التطبيقي للدراسة:

1.5 -الإجراءات المنهجية للدراسة:

تعتبر مرحلة الضبط المنهجي من أهم المراحل في الدراسات التطبيقية، حيث يتم من خلالها تحديد المنهج الأنسب للدراسة وأداة جمع البيانات واختيار أسلوب المعاينة، وقد جاءت هذه الخطوات المنهجية في دراستنا كالتالي :

أ. **تحديد المنهج :إن** دراستنا تنتمي إلى المسوح الوصفية التحليلية[8]، حيث تسعى للتعرف على شكل ومضمون مدونات الموضة والجمال عبر الأنستغرام في الجزائر، وعليه فالمنهج الأنسب لتحقيق أهدافها هو المنهج المسحي (مسح مضمون وسائل الإعلام) .

ب. **تحديد وتصميم أدوات جمع البيانات :إن** الأداة الرئيسية التي اعتمدنا عليها في بحثنا هذا هي أداة تحليل المضمون الإلكتروني، ولأنها أداة تستخدم في "اختبار الفروض المتعلقة بسمات الرسالة وخصائصها"[9] فقد حددنا فئاتها ووحداتها بما يتناسب مع المضمون محل الدراسة كما يلي :

جدول رقم 02: يبين فئات ووحدات التحليل

وحدة التحليل	فئة التحليل	
وحدة المنشور وحدة المنشور وحدة المنشور وحدة المنشور وحدة المنشور وحدة المنشور وحدة المنشور	فئات الشكل	فئة القوالب فئة اللغة فئة الحامل فئة جودة التصوير فئة نوع الصور فئة المؤثرات الصوتية فئة الإشارات (tags)
وحدة الفكرة وحدة الفكرة وحدة الفكرة وحدة الفكرة	فئات المضمون	فئة الموضوع فئة القيم فئة الأهداف فئة الجمهور المستهدف

المصدر: من إعداد مجموعة البحث

ج. **مجتمع الدراسة والعينة** : يتمثل مجتمع الدراسة في كافة المنشورات الموجودة على حسابات المدونات الثلاث محل الدراسة – Ryma beauty addict: Manel Th – Ziya inspiration، بصرف النظر عن نوعية المنشورات، لكن ولصعوبة حصر ودراسة المجتمع الكلي فقد لجأنا لنظام المعاينة غير العشوائية وطبقناه على مستويين : المستوى الأول أين استبعدنا نوع المنشورات "القصص "les story لأنها لا تدوم إلا 24 ساعة على الحساب بعد نشرها ثم تحذف تلقائياً، ما يتطلب تفرغاً تاماً ومباشراً للحصول على عينتها، وأبقينا المنشورات على الحساب "posts" والقصص المثبتة على الحساب التي لا تحذف بعد مرور 24 ساعة"story à la une" ، والمستوى الثاني للعينة جاء

من خلال معاينة قصدية لحسابات المدونات الثلاث الجزائريات على الأنستغرام، لمدة شهر ممتد من 1 مارس إلى 1 أفريل 2021، لاعتبارين : الأول الحداثة والجدة، فالخصائص والسمات الشكلية والضمنية تتغير من فترة لأخرى بسبب عدة اعتبارات، وعليه فضلنا تحليل عينة حديثة، والثاني أن شهر مارس شهر المرأة ويتميز بنشاط أكثر كثافة في المجال النسوي خصوصاً في الفترة التي تسبق اليوم العالمي للمرأة الموافق للثامن من مارس.

2.5 -**عرض بيانات التحليل:**

الجدول رقم 03: يبين القوالب المستعملة في المضامين

القوالب	التكرار	النسبة المئوية
Posts	18	75%
Story à la une	0	0%
Reels	4	16,66%
IGTV	2	8,33%
المجموع	24	%100

المصدر: استمارة تحليل المضمون الإلكتروني الخاصة بهذه الدراسة

حسب القراءة الأولية لأرقام ونسب الجدول المعروض أمامنا فإن القالب الأكثر استخداماً في مدونات الموضة والجمال عبر الإنستغرام هو قالي المنشورات posts بنسبة 75% من إجمالي المنشورات، يليه قالب reels وهي نوعية خاصة من القصص story تم استحداثها مؤخراً، فيما تم استعمال الفيديوهات الطويلة المعروفة بالigtv مرتين فقط.

الجدول رقم 04: يبين المستوى اللغوي المستخدم

المستوى اللغوي	التكرار	النسبة المئوية
اللغة العربية الفصحى	1	2,63%
اللغة الفرنسية	21	55,26%
اللغة الإنجليزية	7	18,42%
اللهجة العامية	9	23,68%
المجموع	38	%100

المصدر: استمارة تحليل المضمون الإلكتروني الخاصة بهذه الدراسة

سجلت اللغة الفرنسة الحضور الأكبر بين المستويات اللغوية المستخدمة، حيث فاقت نسبة استخدامها 55% فيما جاءت اللهجة العامية في المرتبة الثانية واللغة الإنجليزية في المرتبة الثالثة بنسبتي 23% و18% على التوالي، ولم تستخدم اللغة العربية الفصحى سوى مرة واحدة فقط.

الجدول رقم 05: يبين الحامل المستخدم

الحامل	التكرار	النسبة المئوية
صورة	18	75%
فيديو	6	25%
المجموع	24	%100

المصدر: استمارة تحليل المضمون الإلكتروني الخاصة بهذه الدراسة

استخدمت الصور في ثلاث أرباع المنشورات محل التحليل بنسبة 75% وفي المقابل سجلت الفيديوهات بنوعيها نسبة 25%.

الجدول رقم 06: يبين المؤثرات الصوتية المستخدمة

المؤثرات الصوتية	التكرار	النسبة المئوية
موسيقى	6	100%
صوت طبيعي	0	0%
حديث المدونة	0	0%
المجموع	6	100%

المصدر: استمارة تحليل المضمون الإلكتروني الخاصة بهذه الدراسة

لم نسجل سوى استخدام نوع واحد من المؤثرات الصوتية ألا وهو الموسيقى المرفقة بالفيديوهات، في حين غابت الأصوات الطبيعية وحديث المدونات.

الجدول رقم 07: يبين استخدام الإشارات (tags)

الإشارات	التكرار	النسبة المئوية
موجودة	17	70,83%
غير موجودة	7	29,16%
المجموع	24	%100

المصدر: استمارة تحليل المضمون الإلكتروني الخاصة بهذه الدراسة

حسب أرقام ونسب الجداول المحللة فإن أكثر من 70% من منشورات مدونات الموضة والجمال استخدمت الإشارات المعروفة ب tags باللغة الأجنبية، سواء لمدونات أخرى أو شخصيات أو صفحات، أو ماركات أو غيرها.

الجدول رقم 08: يبين المواضيع المتضمنة في المنشورات

الموضوع	التكرار	النسبة المئوية
العناية بالجسم	3	8,33%
العناية بالوجه	5	13,88%
العناية بالشعر	4	11,11%
الموضة والملابس	9	25%
الإكسسوارات	1	2,77%
اليوميات	7	19,44%
المناسبات والأحداث	7	19,44%
المجموع	36	%100

المصدر: استمارة تحليل المضمون الإلكتروني الخاصة بهذه الدراسة

أبرزت تكرارات التحليل والنسب المئوية للعينة محل التحليل أن الموضوع الأكثر تداولاً هو موضوع الموضة والملابس بنسبة 25%، تليه مواضيع اليوميات والمناسبات بنسبة متساوية تفوق 19% بقليل لكل منهما، ثم العناية بالوجه فالعناية بالشعر مقابل نسب 13,8% و11,11% على التوالي، فيما حقق موضوع الأكسسورات النسبة الأفل بتكرار وحيد.

الجدول رقم 09: يبين الهدف من المضامين

الهدف	التكرار	النسبة المئوية
إشهار ذاتي	1	2,5%
إشهار للغير	19	47,5%
المشاركة	7	17,5%
زيادة التفاعل	13	32,5%
المجموع	40	%100

المصدر: استمارة تحليل المضمون الإلكتروني الخاصة بهذه الدراسة

هدفت غالبية المضامين محل التحليل حسب أرقام الجدول إلى الإشهار للغير، مقابل النسبة الأضعف للإشهار الذاتي التي تكاد تنعدم، فيما حقق هدف زيادة التفاعل نسبة معتبرة بعد الإشهار للغير ب 32% وهدف المشاركة %17,5.

3.5 -**عرض نتائج التحليل:**

بعد دراسة العينة محل التحليل وقراءة وتفسير أرقام ونسب الجداول، توصلنا للنتائج التالية فيما يخص خصائص وسمات مدونات الموضة والجمال الجزائريات عبر الأنستغرام من ناحيتي الشكل والمضمون:

أ. **شكلاً:**

- تعتمد مدونات الموضة والجمال على قوالب متعددة للنشر بتفاوت، حيث يتم استخدام المنشورات بشكل واسع.
- يغلب على لسان مدونات الموضة والجمال الجزائريات عبر الأنستغرام اللغات الأجنبية واللهجة العامية، واللغة الفرنسية بدرجة أكبر من الإنجليزية، فيما لا تكاد تستعمل اللغة العربية الفصحى ابداً.

- تنشر مدونات الموضة والجمال الصور اكثر من نشرهن للفيديوهات.
- غالبية الصور المنشورة في مدونات الموضة والجمال هي صور غير احترافية أي ملتقطة بالهاتف، ويشغل التقاط السلفيات نسبة معتبرة منها.
- في الحالات التي يتم فيها استخدام الفيديو كحامل بدل الصور، يكون مرفقاً بمؤثرات صوتية موسيقية.
- ترفق غالبية مضامين مدونات الموضة والجمال بالإشارات (الطاغ)، وتتنوع هذه الإشارات للإحالة الى أماكن، مطاعم، شخصيات، ماركات، مدونات أخرى، وغيرها.

ب. مضموناً :

- يغلب على محتوى مدونات الموضة والجمال محل التحليل موضوع الألبسة، يليه موضوع مشاركة اليوميات والاحتفال بالمناسبات والأحداث الخاصة، فيما تطرق المحتوى لمواضيع العناية بالوجه والجسم والشعر بنسب اقل مقارنة بالسابق ذكرها.
- لم نرصد تقريبًا أي محتوى قيمي ولا تضميناً للقيم في المنشورات محل التحليل، فيما سجلنا ظهوراً محتشماً لتعزيز القيم الاجتماعية، وحضوراً يكاد ينعدم بالنسبة للقيم الدينية، فيما غلب على جل المنشوران "اللاقيمية" أو انعدام القيمة.
- تهدف مدونات الموضة والجمال في الغالب للإشهارات للغير، من الشراكات والتعاونات الموقعة مع ماركات أو شخصيات أخرى، كما تهدف للمشاركة وزيادة التفاعل في أحيان كثيرة أيضاً .
- لا تتوجه مدونات الموضة والجمال الجزائريات عبر الإنستغرام إلى تفيئة الجماهير ولا إلى مخاطبة فئات جماهيرية معينة، بل تستهدف جمهور المتابعات من الإناث بشكل عام غالباً، مع الإشارة لأننا رصدنا مرتين تصنيفاً للأمهات والمتزوجات.

خاتمة:

استطاعت مدوَنات الموضة والجمال عبر الأنستغرام في الجزائر أن تبلغ درجة كبيرة من الانتشار والمتابعة وتخلق قاعدة جماهيرية مليونيه بنشاط وتفاعل افتراضي وواقعي لم يسبق وأن شهدناه في أي مجال تدوين متخصص، واستطاعت المدوِنات أن تخلقن من هذه المنصات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي منطلقاً لمشاريع تجارية وحرفية وصناعية تدر أرباحاً على أصحابها إلى جانب مداخيل التدوين والإشهار.

يتميز المحتوى المتداول في هذا المجال بخصائص شكلية وضمنية مختلفة عن سمات التدوين وصناعة المحتوى في قطاعات أخرى، ومهما حاولنا ضبط ودراسة هذه الخصائص إلا أنها تظل عرضة للتغير والتطور والتحول، وهذا ما يفرض علينا الاستمرار في متابعة مدونات الموضة والجمال عن كثب بالدراسة والتحليل حتى نتمكن من رصد هذه التطورات وبالتالي توقع امتداداتها الافتراضية والواقعية.

قائمة المراجع المعتمدة:

---

[1]موقع Alexa، على الرابط التالي: تاريخ الزيارة 2021/04/30

https://www.alexa.com/siteinfo/instagram.com

[2]البوابة العربية للأخبار التقنية، "عام إنستغرام".. مليار مستخدم وميزات لا تنتهي، مقال على موقع العربية، نشر بتاريخ 1 جانفي 2020، متوفر على الرابط التالي: تاريخ الزيارة 2021 /04/30

https://bit.ly/2PH3mMk

[3]دريم فاطمة الزهراء، التدوين الإلكتروني والمرأة الجزائرية، مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد 4، العدد 2، جامعة بشار، ديسمبر 2018، ص 174.

[4]Brooke Erin Duffy and Emily Hund, "Having it All" on social media :Entrepreneurial Femininity and Self-branding among fashion bloggers, Social media + society, july-decembre 2015, SAGE, p1.

[5]هشام علي شنطاوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتوطين الموارد البشرية، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، المجلد 5، العدد 2، جامعة الوادي، الجزائر، جوان 2020، ص 60.

[6]بلعلياء خديجة ونوري منير، مواقع التواصل ودورها في الترويج للخدمات الفندقية، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 8، العدد 3، جامعة زيان عاشور، الجلفة، ص 315، بتصرف.

[7] Cory L Armstrong and Melinda J McAdams, Blogs of information :How gender cues and individual motivations influence perceptions of credibility, journl of Computer – mediated communication, Volume 14, issue 3, p 435.

[8]روجر ويمر وجوزيف دومينيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة: صالح ابو اصبع وفاروق منصور، ط1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت لبنان، 2013، ص328، بتصرف،

[9]عبد الكريم الدبيسي، دراسات إعلامية في تحليل المضمون، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن، 2017، ص27.

التدوين الإلكتروني المكتوب... فضاء عمومي افتراضي للمرأة وقضاياها

قراءة في مشاركة المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

د.مهية زينب

(مخبر البحث في دراسات الإعلام والمجتمع) جامعة العربي التبسي -تبسة-

zineb.mehaya@univ-tebessa.dz

الملخص:

لم يعد الحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي في ظل هذه الثورة الرقمية عن مد حبال الصلة بين الناس فقط، بل أصبح المثار حول إمكانيات المشاركة في إدارة الحوارات، والتجمعات، والمشاركة في قضايا المجتمع ...إلخ، وقد كان للمرأة الجزائرية نصيب في ذلك فأصبحت تتواجد على هذه المواقع لتعبر عن ذاتها، وتثبت وجودها، لغايات تختلف باختلاف الدوافع، لتخلق بذلك فضاءا عموميا افتراضيا بعيدا عن مشاكل التفرقة بين الجنسين التي تعاني منها واقعيا ومن أوجه مشاركة المرأة في الفضاء العام الافتراضي مساهمتها في نشر أفكار حول قضايا اجتماعية، ثقافية علمية، اقتصادية وحتى سياسية إذ نجدها تساهم في نشر مواضيع عن الموضة والجمال، وصفات الطبخ، ومواضيع الخياطة والأزياء بالاعتماد على التدوين الإلكتروني، وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية حضور المرأة الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي، وطبيعة المواضيع التي تعالجها عبر التدوين الإلكتروني.

الكلمات المفتاحية: التدوين الإلكتروني، الفضاء العمومي الافتراضي، مواقع التواصل الاجتماعي، قضايا المرأة الجزائرية.

Summary:

In light of this digital revolution, social media is no longer only about extending the ropes of connection between people, but rather about the possibilities of participation in managing dialogue, gatherings, and participation in community issues…etc.

Algerian women had a share in this, so they became present on these sites to express themselves and prove their existence, for purposes that differ according to different motives, thus creating a virtual public space away from the problems of gender discrimination that they actually suffer from, Among the aspects of women's participation in the virtual public space is their contribution to disseminating ideas about social, cultural, scientific, economic, and even political issues, as we find that women contribute to spreading topics about fashion and beauty, cooking, recipes, based on electronic blogging.

Key words: *blogging, virtual public space, social networking sites, issues, Algerian women.*

مقدمة:

رافق انتشار العولمة الرقمية والميديا الجديدة أواخر القرن الماضي، بروز ظواهر اجتماعية وثقافية جديدة لدى الأفراد والمجتمعات في مختلف مناطق العالم، وتمكنت الفئات الاجتماعية المهمشة من كسر نطاق احتكار الفضاء العمومي الواقعي، وأسست لها بالمقابل فضاءات افتراضية عبرت عن طموحاتها ورغباتها واحتياجاتها ومطالبها المختلفة وهوياتها الفردية والجماعية، واستطاعت النساء في المنطقة العربية استغلال الثورة الرقمية وبناء فضاءات عمومية خاصة على شبكة الأنترنت، بعد أن حرمت من المشاركة في الفضاء العمومي الواقعي لعقود من الزمن، تلك الفضاءات جاءت لتعبر عن تفاعلاتها وحركاتها الاجتماعية والسياسية، والمرأة الجزائرية واحدة من تلك الفئات التي وجدت لها في الفضاء الافتراضي متنفسا بديلا تتمتع من خلاله بالحرية في التعبير عن رأيها ومجمل قضاياها، وموقعا لإثبات ذاتها ووجودها والتعبير عن

مكنوناتها، وتحقيق تقدمها، فبالرغم من حضور بعض التحولات السوسيوسياسية والثقافية داخل المجتمع الجزائري التي جعلت المرأة تقطع شوطا خاصة على مستوى التعليم واكتساب المهارات، والقدرات، والمشاركة الاقتصادية، والسياسية، إلا أن بعض الإكراهات الاجتماعية لا زالت تمارس ضدها الأمر الذي قد يعيق مسيرتها مما جعلها تتخذ من الانترنت وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي فضاءا حرا للمشاركة على مختلف الاصعدة سعيا منها لمقاومة أشكال الاقصاء وتطلعا لأن تكون تكنولوجيات الاتصال بمختلف أشكالها فاعلا نحو التمكين الاجتماعي والثقافي لها، وعاملا لتعزيز مبدأ المساواة بين الجنسين .

هذا ما يدفعنا إلى محاولة معرفة سياقات حضور المرأة الجزائرية في الفضاء العمومي الافتراضي، وخاصة مجال التدوين الالكتروني الذي يعطيها جانبا من الحرية في طرح أفكارها وإبداعاتها دون قيود أو رقابة، من خلال طرح الإشكال التالي: **كيف تظهر المرأة الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي؟ وما هي طبيعة القضايا التي تشاركها على مواقع التواصل الاجتماعي؟ وكيف هي مساهمتها في مجال التدوين الإلكتروني؟**

- **أهمية الدراسة:**

تنبع أهمية هذه الدراسة في محاولة إثراء الدراسات والبحوث التي أجريت في مجال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة على المرأة الجزائرية، والتي توصف بالقليلة، كما تنبع أهمية هذه الدراسة أيضا في تناولها للمرأة الجزائرية واستخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة المواضيع التي تشاركها عبر التدوين الإلكتروني، لذا فإنه يمكن القول أن هذه الدراسة تعد من الدراسات القلائل التي تجرى بهذا الخصوص.

- **أهداف البحث**: تسعى هذه الدراسة للكشف على:

✓ كيفية ظهور المرأة الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ التعرف على طبيعة القضايا التي تشاركها على مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ كيفية مساهمة المرأة في مجال التدوين الإلكتروني.

▪ **مفاهيم الدراسة:**

- التدوين الإلكتروني:

يذهب موقع "عرب بلوغر" إلى ترجمة blogger بكلمة مدونة وجمعها مدونات bloggers، وأصبح عليها إجماع ويستعملها أكثر من موقع.[1] وبذلك يكون التدوين الالكتروني أحد تطبيقات شبكة الانترنت، الذي تظهر عليه تدوينات، ملاحظات مؤرخة ومرتبة زمنيا تصاعديا ينشر منها عدد محدد، يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن نظاما آليا لأرشفة المدخلات القديمة[2].

- الفضاء العمومي الافتراضي:

يعرفه "السيد ياسين" كونه بيئة إنسانية وتكنولوجية جديدة للتعبير عن الأفكار وتبادل المعلومات، حيث يتكون أساسا من الأشخاص الذين ينتمون لكل الثقافات والأقطار والأعمار والمهن، كما أنه شبكة عالمية من الحاسبات المرتبطة بعضها البعض عن طريق البنية التحتية الاتصالية، التي تسمح بتبادل المعلومات ونقلها بطريقة رقمية.[3]

- **مو اقع التواصل الاجتماعي:**

- **تعريف مو اقع التواصل الاجتماعي:** عرفها قاموس **(Odlis)**: هي خدمة الكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين.[4]

كما عرفتها (Livingstone): بأنها مواقع تتيح فرصة الاتصال بين الأفراد بشكل واسع والتقارب بين الأنشطة المختلفة التي يمارسونها، والمتمثل في رسائل البريد الالكتروني والرسائل العامة، وانشاء المواقع، والبومات الصور أو الفيديو، وغيرها أي أن هذا التعريف يصف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها إحدى خدمات الويب التي تمكن المستخدمين من الاتصال فيما بينهم وتقاسم المعلومات وتبادل مختلف المواضيع ذات الاهتمام.[5]

- التدوين الالكتروني في الجز ائر:

يؤكد الكثير من الباحثين على أهمية تدوين الحياة في تطوير الهوية الذاتية للفرد، حيث تعد الكتابة عن الحياة الشخصية هامة في مساعدة الفرد على فهم نفسه ودعم ثقته بذاته، وهي وسيلة هامة في تطوير الهوية الشخصية والتواصل بين الأشخاص والتعافي النفسي للكاتب والقارئ معا، خاصة وأن الكتابة الشخصية تكون في الأساس موجهة لقارئ ما.

أما بخصوص التدوين الإلكتروني في الجزائر فقد كانت بدايته عام 2006 مع إنشاء موقع dzblog.com الذي بلغ عدد المدونات فيه إلى 7124 مدونة عام 2008 وعدد القراء إلى 9370876 قارئا، وقد شجع وزير البريد وتكنولوجيا الاتصال آنذاك في 26 جانفي 2006 المدونين وخصص لهم يوما وطنيا.[6]

مع ذلك فالتدوين الالكتروني الجزائري يبقى ضعيفا مقارنة بالدول العربية الأخرى بسبب ضعف البنية القاعدية التقنية، حسب باحثين في المجال مثال "نصر الدين العياضي" و "الصادق رابح"، ويتعلق ذلك بالنفاذ إلى الأنترنت الذي يتطلب التدفق المستمر، وهذا ما يشكل عائقا مقارنة بدول عربية أخرى مثل مصر وتونس، وقد ازدادت محدوديته في السنوات الأخيرة خاصة مع التوجه نحو استخدام فضاء الفيسبوك.

في عام 2009 بلغ عدد المدونين الجزائريين ما يفوق خمسة آلاف مدون في مختلف المواقع: مكتوب كوم، بلوغ دي زاد، بلوغ سبوت وغيرها من المواقع العربية والأجنبية.

وكانت المدونات مرادفة للحراك السياسي بالموازاة مع ظروف العهدة الثالثة للرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة.

لكن يبقى التدوين الالكتروني في الجزائر حاليا خافتا مقارنة بالسنوات الأولى لظهور تطبيق التدوين في الجزائر، كما أن معظم المدونين اتجهوا نحو شبكة التواصل الاجتماعي أكثر.[7]

- حضور مقاربة النوع الاجتماعي في دراسات تكنولوجيا الإعلام الاتصال الجديدة:

انطلاقا من تبني مقترب النوع فالسعي إلى دراسة الفعل التقني في المجتمع يقودنا للاعتقاد بوجود تصور شامل، يحدد مختلف المراحل البحثية وخاصة تطبيقاتها في البحث العلمي كما هو الشأن مع باقي المقاربات النظرية الأخرى، غير أن الانتقاد الموجه لبحوث النوع وتكنولوجيا المعلومات، يفيد بأنها لم تبلغ مرحلة التنظير بعد على حد تعبير الباحثة Eileen M.trauth، إذ يأخذ التنظير حسبها أشكالا مختلفة.[8]

***أولا:** هناك بعض الحالات التي لا يكون فيها وجود لنظرية قطعية واضحة تقود إلى تصور مشروع البحث وطرق جمع البيانات وتحليلها. كما ان التركيز يكون في الغالب على تبيان النتائج الاحصائية مع ابراز الفوارق بين الرجل والمرأة اعتمادا على تبني التكنولوجيا. هذا ما يمكن أن نطلق عليه مسمى **"البحوث التنظيرية القبلية".**

***ثانيا:** دراسات أخرى لا تظهر بشكل واضح عناصر النظرية التي قامت عليها، فنجد مثلا أن الاختلاف بين الرجل والمرأة في علاقتهما بالتكنولوجيا يتم اعتماده كسبيل لجمع البيانات والتحليل. هذا الشكل من التنظير يسمى" البحوث التنظيرية الضمنية"، الذي يؤدي إلى قلة النقاشات الظاهرة للنظرية وكذا إلى صعوبة مناقشة أو اختبار أو توسيع دراستهم. ما يجعل العرض يتضمن فراغات عدة فيتم اخراج العمل بصيغة غير متكاملة، ويسمى هذا النوع من التنظير ب:"البحث النظري غير الكامل"

وبالتالي ظهرت الحاجة إلى تنظير عميق يقود الى فهم علاقة النوع بتكنولوجيا الاتصال، ويمكن ان نميز منظورين:

- **النظرية الجوهر انية :(Essentialisme)**

تسعى إلى التأكيد على الطبيعة الثابتة الموحدة والمتعارضة للرجل والمرأة، إذ أن تواجد الاختلافات البيولوجية بين الجنسين أدى إلى خلق اتجاه يرى بأن الاختلافات الملاحظة بين النساء والرجال تعود إلى المحددات البيولوجية عند تطبيق هذا المنظور على موضوع التكنولوجيا والنوع الاجتماعي، فان النظرية الجوهرانية تقر بوجود بعض الاختلافات الملازمة بين الرجل والمرأة، بالتالي تعتمد على الاختلافات الظاهرة لمشاركة النوع في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كحتمية. ومن هنا فإن اسباب عزوف أو استخدام التكنولوجيا مرده إلى بيولوجية الفرد، وتمثل هذه النظرية ركيزة البحوث في النوع وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تنظر للنوع على أنه متغير ثابت يمكن التحكم فيه وتوجيهه[9].

- **نظرية البناء الاجتماعي:**

تركز على البناء الاجتماعي لتكنولوجيا المعلومات كمجال ذكوري، وفقا لهذا فإن هناك عدم تناسق ما بين البناء الاجتماعي لهوية الأنثى والبناء الاجتماعي لتكنولوجيا المعلومات. هذا الشرح المقدم لعلاقة المرأة بتكنولوجيا المعلومات يبحث عن القوى والعوامل المجتمعية بدلا عن تلك البيولوجية التي تركز عليها النظرية السابقة، بالتالي فإن اكراهات الاستخدام يمكن أن تتواجد إما في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وإما داخل المجتمع نفسه.

نجد أن الأدبيات حول النوع والتكنولوجيا عامة، والنوع وتكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة تأخذ من نظرية البناء الاجتماعي عوضا عن النظريات البيولوجية والنفسية، انطلاقا من هذه النظرة، فإن الإطار الاجتماعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال كمهمة ذكورية يضع المسارات المهنية المرتبطة بهذه التكنولوجيا خارج مجال المرأة.

لمواجهة ذلك تتعدد الحلول التي كان من أبرزها التجربة الأسترالية، وبحثها الذي استغرق سنوات حول التصور الدوني للمرأة في المجالين الأكاديمي والمهني هناك. أدى إلى تطوير استراتيجيات إدماج المرأة في هذا المجال في حين ترى مدارس فكرية أخرى الحاجة إلى إعادة بناء عالم الحواسيب حتى يصبح مجالا أنثويا أكثر[10]

- **التدوين الإلكتروني للمرأة الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي:**

أنتجت الانترنت عموما وشبكات التواصل الاجتماعي خصوصا مجالات افتراضية لا تحكمها مرجعية التموقع بالمعنى الفيزيائي، متمثلة في الواقع الافتراضي الذي يتشكل وينتج في مواقع الشبكات الاجتماعية، من طرف المستخدمين المتفاعلين في هذا

المجال، إذن هو بمثابة تجاوز الاكراهات الفيزيائية المرتبطة بطقوس الزمان والمكان، وهذا يجسد من خلال الاشتراك والاندماج والتفاعل في هذا المجتمع الافتراضي، دون اللجوء إلى الإفصاح عن الهويات الحقيقة، ولقد دفع هذا المجال المتاح من الحرية المستخدمين إلى تشكيل وبناء وإنتاج هويات افتراضية بما يتلاءم وإشباع وتحقيق رغباتهم وميولاتهم، حيث أطلق عليها "الصادق رابح" في إحدى دراساته بأنها هوية(فنتازمية /وهمية) تسعى إلى القفز على محرمات الهوية الاجتماعية. ومن هنا نستنتج أن الهوية الافتراضية التي تتجسد في الفضاء السيبري، هي اشباعات لحاجيات ورغبات وميولات نفسية اجتماعية، يتمثل من خلالها المستخدمين في مواقع متعددة من شبكات التواصل الاجتماعي ذات المزايا المتعددة، يتواصل من خلالها مع افراد ومجموعات حسب ميولاته وانتماءاته، وتعد أحيانا بمثابة النفور والقفز على الهوية الاجتماعية الحقيقية وأحيانا أخرى امتداد لها[11].

والملاحظ أن المرأة العربية عموما والجزائرية خصوصا، تنشط بهويات افتراضية، والتي أصبحت سمة رئيسية للاتصال الرقمي، ويمكن أن تتجلى من خلال اسم مستعار، وهذا ما اشارت اليه turkle" أن العالم الافتراضي أصبح مكانا يسمح للأفراد بتجريب العديد من الهويات".[12]

وقد أظهرت دراسات عربية أن النساء يفضلن الظهور في الفضاء الافتراضي عبر أسماء مستعارة وصورة تعبيرية غير أصلية. وتعكس هذه الخيارات تكتيكات لبناء الهوية الرقمية مرتبطة بخصوصية سياق الميديا الاجتماعية لاستعراض الذات أو التعبير عن حالات نفسية أو مواقف ما. في المقابل يمكن أن نفهم أيضا هذه التكتيكات في علاقتها بإكراهات السياقات الثقافية والاجتماعية التي لا تتيح للمرأة حريات واسعة للظهور في الفضاء الافتراضي. خاصة في بعض المجتمعات العربية التي ينتقل فيها العنف ضد المرأة من الشارع إلى الفضاء الافتراضي عبر أشكال مستحدثة من العنف على غرار التحرش الجنسي الإلكتروني.[13]

إذن وفي هذا السياق، أسهمت الأنترنت في خلق فضاءات اتصالية افتراضية جديدة لم تكن موجودة من قبل مثل منصات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، اليوتيوب، التويتر...وغيرها، وهي فضاءات تواصلية افتراضية لتبادل النقاش والحوار بين جميع المستخدمين بشكل تفاعلي انتقل من الجغرافيا الحقيقية إلى الجغرافيا الافتراضية، كما تعتبر الشبكات الاجتماعية الفرصة الأوفر التي جلبتها الانترنت للنساء والتي سمحت لهم بالخوض في تجارب اتصالية بحتة من نوع خاص تتمتع بالمزيد من الحرية في النقاش في مجال يبتعد عن إكراهات وطقوس المكان والزمان، وهنا تميز تواجدها في هذا العالم الافتراضي في صور الاختفاء أحيانا، وفي صور التزييف أحيانا أخرى في شكل أسماء وصور مستعارة لتناقش قضاياها بشكل مختلف عن القضايا التقليدية التي كانت تطرح على صفحات وسائل الإعلام التقليدية. ففي هذا العالم الرقمي تحررت المرأة أكثر مما كانت عليه في الأزمنة الغابرة وزجت بجل مخاوف الزمن الماضي، فاستطاعت أن تغير من صورتها النمطية التي سوقت لها كثيرا وسائل الإعلام، بعد أن أتاحت التكنولوجيا الرقمية للمرأة أن تنتج أفكارا وتنشأ حوارات وتبادلات وأن تتواصل مع الآخر، لكنها لم تستطع التحرر من الجندرة، فأغلبيتهن يتواجدن على صفحاتهن من خلال نشر كرونولوجيا حياتهن اليومية على غرار رحلات التسوق، ووصفات الطبخ، والخياطة والموضة والأزياء، ومستلزمات الزينة (المكياج، وتصفيف الشعر)، ونشر وتبادل الأخبار عن الحمل والولادة، وتعدد الزوجات، وتأخر الزواج، وقصص الشرف وغيرها من الموضوعات الاجتماعية.[14]

- **القضايا التي تطرحها المرأة الجزائرية عبر المدونات الإلكترونية:**

تمكنت المرأة الجزائرية من الانطلاق في خوض تجربة التدوين الإلكتروني، ما سمح بتأسيس فضاء افتراضي خاص بها، خاصة بعدما حرمت في الواقع من تأسيس فضاءات واقعية كالمقاهي، والصالونات الثقافية والاجتماعية، والتي بقيت حكرا على الذكور، غير أن هذه الفضاءات الافتراضية لا تزال في بدايات تشكلها خاصة إذا ما

قورنت بنسب الاستخدام المحتشمة التي سجلتها مقارنة بنسب استخدام الذكور، فحسب احصائيات 2017 الصادرة عن **تقرير الإعلام الاجتماعي العربي**، فإن نسبة النساء الجزائريات اللاتي يستخدمن موقع فيس بوك (facebook) بلغت 38.2%، في حين أن استخدامهن لموقع تويتر(twitter) بلغ 43%، ويستخدم 35.7%منهن موقع لينكد إن(linkedin).[15] والملاحظ أن هذه التجربة لازالت في بدايات تشكلها نظرا لقلة الخبرة التقنية والفكرية لهن، وضحالة التجربة الجماعية والفردية إلى جانب حداثة العهد بالميديا الجديدة.

ولم تعد مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمرأة الجزائرية وسيلة للتعارف أو تبادل ونشر للمعلومات فقط، فقد وجدت فيها متنفسا بعيدا عن أجواء التوتر والضغط الذي تعيشه مع واجبات مطلوبة منها، فقد أصبحت هذه المواقع مجلسا للمرأة، - خاصة من خلال خاصية التجمعات- حيث يتجمعن ويتشاركن الأحاديث التي تعنيهم ويتحدثن عن يومياتهن أو يتفقن على أعمال معينة مشتركة وغيرها من الفعاليات التي تخصهن. ولا يخفى علينا أن تكنولوجيا الاتصال عموما ومواقع التواصل الاجتماعي خصوصا فتحت أفاقا خصبة للمعرفة بالنسبة للمرأة في جوانب عديدة ترفد معرفتها بالشيء الكثير.

وقد أكدت دراسة "التواجد الرقمي للمرأة الجزائرية عبر الفضاءات الافتراضية"، أن اهتمامات النساء الجزائريات لا تكاد تخرج عن واحدة من المجالات الآتية:[16]

- **شؤون منزلية:** وتتعلق بالصفحات الخاصة بالبيت خاصة، الطبخ، الحلويات، الديكور، مستلزمات البيوت، غير أن الملاحظ أن هذه الصفحات التي تسجل أكثر نسب التفاعل هي المتعلقة بالمطبخ سواء منه التقليدي أو العصري الجزائري، بكل مناطقه وحتى العربي والعالمي، ما يعكس تفتح المرأة الجزائرية على الثقافات الأخرى.

▪ **شؤون الجمال والأناقة:** وتتعلق بالصفحات التي تقوم بعرض كل ما هو جديد حول جمال وأناقة المرأة، اللذان يعدان مطلبها الدائم عن طريق عرض الجديد حول عالم الماكياج، الألبسة والأزياء، ألوان وتسريحات الشعر، عالم الخياطة، التدابير المنزلية...

▪ **شؤون أسرية:** وتتعلق بمختلف التدابير والنصائح التي تفيد المرأة في حياتها اليومية خاصة في علاقتها مع زوجها وكذلك أبنائها، وكل ما تعلق بصحتها وحملها وولادتها وكيفية التعامل مع كل مرحلة من مراحل حياتها من أجل مساعدتها.

▪ **التجارة والتسوق:** وهي تلك الصفحات التجارية التي تستهدف الترويج لمنتجات تهم المرأة الجزائرية، سواء المتعلقة بجمالها أو ببيتها وتعرض معها أسعارها، وتفاصيل الحصول عليها عن طريق التجارة الإلكترونية التي تواجه الكثير من العراقيل في الجزائر، غير أن رواد الصفحات أوجدوا السبل المناسبة لعرض وبيع مختلف المنتجات، وقد كانت المرأة سوقا مهما لهم وموردا بارزا لنجاح واستمرار هذا النوع من التجارة.

والملاحظ أن المرأة الجزائرية لم تكتفي بدور الزبون في هذه العملية فنجدها أحيانا هي القائم بهذا النوع من التجارة، فهي وإن التصق بها مفهوم حب التسوق فإنه يمكن ومن خلال مفاهيم التشاركية أن يضاف لها مفهوم التسويق والربحية أيضا، بحيث باتت مواقع التواصل الاجتماعي مكان ومنبر هام لمن لا تعرف وسيلة فضلى لتسويق المنتج أو السلعة أو ربما مقتنيات ترغب السيدة ببيعها وحتى شرائها.

و قد يحيلنا هذا الوضع إلى النظر في قضية التمكين الاقتصادي للمرأة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يجعل هذا التمكين التنمية أكثر مشاركة بين المرأة والرجل، وبذلك تكون المرأة شريكا حقيقيا في التنمية البشرية والإنسانية، إلى جانب التنمية الاجتماعية التي تهدف إلى تمكين المرأة لامتلاك عناصر القوة الاقتصادية، والاجتماعية، وتمكن النساء من الاعتماد على الذات في تحسين أوضاعهن المعيشية

والمادية والنفسية والمشاركة في اتخاذ القرارات التي تحسن جميع جوانب حياتهن وحياة أسرهن، فالتمكين يهدف إلى إيجاد بيئة للمشاركة الفعالة ويعتمد على تطوير المهارات والقدرات وفرص التطوير المعرفي.[17]

ولعل من المفيد الإشارة إلى أن هناك العديد من المواقع العالمية وحتى المحلية منها إضافة إلى المتاجر والمنشآت باتت بمثابة موسوعة عملية للمرأة لعقد المقارنات بين أي سلعة وأخرى من نواحي الجودة والسعر، وبالتالي اللجوء لأفضل الخيارات سواء إن أرادت ابتياع أو بيع أي شيء.

وتستطيع المرأة من خلال التنظيم الجماعي دخول مجال التسويق الالكتروني الذي يساهم بالتعريف عن منتجاتها وتسويقها بسهولة، ليصبح الجهد الفردي منظما وهنا يقع على عاتق الهيئات والجمعيات النسوية النظر للتسويق بشكل ايجابي، من خلال تعريف المرأة المنتجة بأهمية التكنولوجيا ووسائلها الحديثة ودورها في نشر المنتج النسوي وجودته وأيضا تسويقه، ونظرا لسهولة استخدام التكنولوجيا تستطيع المرأة متابعة عملية تسويق المنتج من منزلها الأمر الذي يوفر لديها الوقت والجهد.[18]

إن المرأة الجزائرية وبالرغم من الفرص التي أتاحتها لها شبكة الانترنت، عموما ومواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص، إلا أنها ومن خلال الملاحظة ما زالت تجربتها الاقتصادية في هذا المجال محتشمة، وقد يرتبط ذلك بالنقص في التدريب على مهارات العمل الالكتروني وكذا صعوبات تقبلها لمثل هذا النوع من الأعمال كنقص الثقة سواء بالنسبة لها كبائعة أو مشترية.

أما من الناحية السياسية فالفرص متاحة لمشاركة المرأة في هذا المجال وفتح المجال أمام تمكينها في الميدان السياسي، - برز مفهوم التمكين السياسي للمرأة بعد توصيات المؤتمر الدولي الرابع حول المرأة في بكين لسنة 1995، ويقصد به جعل المرأة ممتلكة للقوة والإمكانيات والقدرة لتكون عنصرا فاعلا في التغيير-[19]

فالسائد قبل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي ومشاركة المرأة في هذا المجال، أن المشاركة السياسية وصناعة القرار السياسي فن يصنف غالبا في دائرة المهارات الذكورية، فالعقلانية، والرشادة، وموازنة المصالح، وإدارة الأزمات، فنون تتطلب من الصفات القيادية ما قد لا تمتلكه النساء حسب الذهنيات السائدة، والتقاليد المتحكمة في المجتمعات العربية عموما. والمشاركة السياسية الافتراضية للمرأة لا تكون بتبوء المرأة لمناصب سياسية لأنها تتطلب تجسيدا على أرض الواقع، بل في تنظيم أنفسهن في حركات ضاغطة تهدف إلى التأثير في عملية اتخاذ القرار وصنع السياسات ومختلف أشكال التعبير السياسي من خلال الأعمال الجمعوية والنقابية النسائية البحتة، أو المختلطة التي تكون النساء فاعلات فيها، أو الاحتجاج الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن لمجموعة من الأفراد تجمعهم مصالح مشتركة أن يقوموا بتقديم شكاوى واحتجاجات ضد إحدى القرارات الصادرة إلكترونيا.[20]

وخلاصة القول إن تواجد المرأة الجزائرية في هذه المنصات الافتراضية جعل منها متلقيا نشطا يشارك في مدخلات ومخرجات الفضاء العام، وذلك بفضل حضورها على الرغم من أنه جاء محتشما. الأمر الذي يجعلنا ننظر بتفاؤل إلى مستقبل قد ترتفع فيه مشاركة المرأة في التدوين الإلكتروني في المواضيع السياسية والاقتصادية والاجتماعية عبرها...وصولا إلى تمكين النساء من الممارسات الحقيقية لهذه الأنشطة.

خاتمة:

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أحد الوسائل لسد الفجوة الجندرية، بما يساعد النساء على زيادة مشاركتهن في العمليات المدنية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية، إذ تتسم تكنولوجيا الاتصال بالقدرة على الوصول إلى النساء وتمكينهن من المشاركة في التقدم الاقتصادي والاجتماعي، واتخاذ قرارات واعية بشأن القضايا التي

تؤثر في حياتهن، ولا يمكن لتكنولوجيا الاتصال وحدها أن تحقق المساواة بين الجنسين، لكن بمقدورها أن تكون أداة للعمل الاجتماعي والتغيير الإيجابي.

الهوامش:

---

[1] – **جمال الزرن: المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، مطبوعات جامعة منوبة، تونس، 2003، ص30**

[2] – **أحمد حسين: ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، 2009، ص15.**

[3] – **السيد ياسين: المعلوماتية والحضارة رؤية نقدية عربية، دار نهضة مصر للطباعة، القاهرة، 2001، ص18.**

[4] - Joan M,Reitz: Online dictionary for library and information science 2004,p102, retrieved20/02/2018 http://booksgoogle.dz

[5] -livingstone sonia, Taking riskly opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy privicy and self expression new media society,2008,p10.

[6] – **فاطمة الزهراء بن دريم: التدوين الإلكتروني والمرأة الجزائرية،مجلة الساورة للدراسات الانسانية والاجتماعية، مجلد 4 العدد 02 ص175.**

[7] – **المرجع نفسه، ص175.**

[8] – **سارة بوعيفي، سوسيولوجيا الاستخدام التكنولوجي والنوع الاجتماعي، مجلة العلوم الانسانية، العدد السابع (الجزء 1)، الجزائر، 2017،ص159**

[9]– **المرجع السابق، ص160.**

[10] – **المرجع السابق، ص 161.**

[11]– **تومي فضيلة،يسعد زهية:الحضور الرقمي للمرأة الجزائرية عبر الفضاءات الافتراضية(دراسة تحليلية لقضايا المرأة عبر صفحات الفايسبوك)،مجلة الباحث الإعلامي، العدد(37)، ص125.**

[12] - Guy parmentier, sylvie rolland,les consomateurs des mondes virtuel: construction identaire et expérience de consomation dans second life, recherche et applications en marketing 2009,vol24 n3p43.

[13] – **الصادق الحمامي، المرأة العربية في النقاش الافتراضي، دراسة في تمثلات المرأة في صفحات الميديا التقليدية في الفايسبوك، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث كوثر، تونس ص16 متاح على الرابط: 25/04/2021 12:28 www.academia.edu**

.

[14]– **تومي فضيلة، يسعد زهية:المرجع السابق،ص126**

[15] -Arab social media report:social media and the internet of things, 7th edition, Dubai World trade center,p 40,47,55.

[16] – **تومي فضيلة، يسعد زهية،المرجع السابق، ص128**

[17] – **شادية على القانوي: المرأة العربية وفرص الابداع، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة،(دس ن)، ص11.**

[18] – **متاح على الرابط: 25/04/2021/19:13 http://becauseicareabout.com**

[19] – **صابر بلول، التمكين السياسي للمرأة العربية بين القرارات والتوجهات الدولية والواقع، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، دمشق، العدد الثاني المجلد25، 2009، ص650.**

[20] – **محمد نور علي السيد البصراتي، دور الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية (مصر نموذجا)، مجلة علوم الانسان والمجتمع العدد 12، 2014، ص 406.**

قائمة المراجع:

- **الكتب باللغة العربية:**

1- شادية على القانوي: المرأة العربية وفرص الإبداع، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، (د س ن).

2- جمال الزرن: المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، مطبوعات جامعة منوبة، تونس، 2003.

3- السيد ياسين: المعلوماتية والحضارة رؤية نقدية عربية، دار نهضة مصر للطباعة، القاهرة، 2001.

▪ المجلات:

4- تومي فضيلة، يسعد زهية: الحضور الرقمي للمرأة الجزائرية عبر الفضاءات الافتراضية (دراسة تحليلية لقضايا المرأة عبر صفحات الفايسبوك)، مجلة الباحث الإعلامي، العدد (37).

5- سارة بوعيفي: سوسيولوجيا الاستخدام التكنولوجي والنوع الاجتماعي، مجلة العلوم الانسانية، العدد السابع، (الجزء 1)، الجزائر، 2017.

6- صابر بلول: التمكين السياسي للمرأة العربية بين القرارات والتوجهات الدولية والواقع، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، دمشق، المجلد25، العدد الثاني، 2009.

7- علي الدبيسي وآخرون: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد1، 2013.

8- محمد نور علي السيد البصراتي، دور الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية (مصر نموذجا)، مجلة علوم الإنسان والمجتمع العدد 12، 2014.

9- مرسي مشري: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد 395، 2012.

10- فاطمة الزهراء بن دريم: التدوين الإلكتروني والمرأة الجزائرية، مجلة الساورة للدراسات الانسانية والاجتماعية، مجلد 4 العدد 02.

▪ دراسات عربية:

11- إبراهيم أحمد الدوي: شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة صادرة عن المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر،2012 .

12- الصادق الحمامي، المرأة العربية في النقاش الافتراضي، دراسة في تمثلات المرأة في صفحات الميديا التقليدية في الفايسبوك، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث كوثر، تونس.متاح على الرابط:www.academia.edu

▪ مؤتمرات علمية:

13- أحمد حسين: ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض، 2009.

▪ المراجع باللغة الأجنبية:

- **Dictionary:**

14-Joan M,Reitz:**Online dictionary for library and information science 2004**, retrieved25/04/2021 http://booksgoogle.dz

- **Report:**

15-**Arab social media report social media and the internet of things**,7th edition, Dubai World trade center.2017

- **Articles:**

16- Guy parmentier,sylvie rolland,les consomateurs des mondes virtuel: construction identaire et expérience de consomation dans second life, recherche et applications en marketing 2009,vol24 n3.

17- livingstone sonia, Taking riskly opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy privicy and self expression new media society,2008.

- **website:**

14-http://becauseicareabout.com

الزواج المختلط في المدونات النسوية المرئية

-دراسة تحليلية مقارنة لمدونتي jorid chaz و lyn unni-

Mixed marriage in the feminist blogs
- A comparative analytical study of the blogs jorid chaz and lyn unni-

د.نوال بومشطة

أستاذ محاضر –أ-

جامعة أم البواقي

الملخص

تبحث الدراسة في قضايا المرأة الجزائرية عبر المدونات المرئية، وخاصة موضوع الزواج المختلط الذي أصبح يستهوي الكثير من الفتيات، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي والمنهج المقارن، وأداة تحليل المضمون، وقد تم اختيار عينة من المدونات النسائية لجزائريات متزوجات من أجنبي، وبحثنا من خلالها على المواضيع التي تتناولها والتي لها علاقة بالزواج المختلط، وكذا الأهداف والقيم والتي تتضمنها، وتم استخدام العينة القصدية لاختيار المدونة من جهة والفيديوهات التي خضعت للدراسة.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن المدونتان تناولتا مواضيع مختلفة، والهدف واحد وهو تحسين صورة الزواج المختلط لدى الجزائريين، وتضمنت العديد من القيم أبرزها التعايش والصبر، استخدمت المدونتان استمالات عقلية وعاطفية للتأثير في جمهورها المستهدف.

الكلمات المفتاحية: التدوين الالكتروني-التدوين المرئي- التدوين النسوي -اليوتيوب-الزواج المختلط.

Abstract

The study examines Algerian women's issues through visual blogs, especially the issue of mixed marriage, which has become attractive to many girls, and the study relied on the survey method, the comparative approach, and the content analysis tool. A sample of feminist blogs was chosen for Algerian women married to a foreigner, and we discussed through them the topics. The intentional sample was used to choose the blog on the one hand and the videos that were studied.

The study found several results, the most prominent of which is that the two blogs dealt with different topics, and the goal is to improve the image of mixed marriage among Algerians, and it included many values, most notably coexistence and patience. The two blogs used mental and emotional appeals to influence their target audience.

***Key words**: electronic blogging - visual blogging - feminist blogging - YouTube - mixed marriage.*

1.مقدمة

أفرزت ثورة المعلومات والتكنولوجيا تغييرات كبيرة في عالم الاتصال، من خلال الانترنت وما وفرته من تطبيقات ووسائط غيرت من طبيعة ونمط الاتصال بين الأفراد والمجتمعات، بل وأصبحت وسيلة لترويج الأفكار والقضايا والآراء.

يعد اليوتيوب من الأدوات الرقمية الجديدة التي تسمح بالتدوين المرئي، وأصبح يستقطب أعدادا ضخمة من المستخدمين باعتماده على خاصية الصوت والصورة والحركة، ومجانية الوصول إليه وسهولة استخدامه، مما جعله فضاء لطرح الأفكار والآراء والتعبير عن الطموحات والتجارب والتفاعل معها.

وقد استفادت المرأة من هذه الأداة الرقمية لتمرير تجاربها اليومية وأفكارها الشخصية وآرائها تجاه القضايا المتعددة، ومع انتشار استخدام هذا الموقع، ظهرت في

الواجهة المدونات النسوية التي استغلتها المرأة للتواصل مع غيرها دون قيود أو حواجز تمنعها من الظهور والكشف عن حياتها الخاصة، وكسرت بذلك الصورة النمطية التي ترسمها وسائل الإعلام التقليدية.

ومن القضايا التي استطاعت المرأة الجزائرية إبرازها عبر اليوتيوب هي ظاهرة الزواج المختلط أي زواج الجزائرية بأجنبي من جنسيات أوروبية وآسيوية، حيث تنشر عبر قنواتها على اليوتيوب تجربتها عن الزواج وتبرز الجوانب الإيجابية فيها لتعطي صورة أخرى عن هذه القضية التي لطالما كانت تشغل حيزا ضيقا في المجتمع الجزائري، بل وأصبحت من أبرز القضايا التي تتصدر المدونات النسوية المرئية الخاصة بالمرأة الجزائرية، وتحاول المرأة من خلال هذه القنوات إبراز حياتها اليومية مع الزوج الأجنبي وكيفية تربية أبنائها وطريقة عيشها في الدول الأجنبية غير المسلمة.

وقد جاءت هذه الدراسة في البحث عن المواضيع المتعلقة بالزواج المختلط والتي تثيرها المرأة الجزائرية عبر قنواتها على اليوتيوب، عن طريق تحليل عينة من قنوات اليوتيوب لجزائريات متزوجات بأجنبي، وهي قناة jorid chaz، وهي قناة لجزائرية من تيارت متزوجة برجل سويدي ولها بنتان، وقناة lyn unni وهي قناة لجزائرية من العاصمة متزوجة برجل كوري.

وفي هذا الصدد نطرح التساؤلين الآتيين:

كيف تعرض قنوات اليوتيوب النسائية تجارب زواج الجزائريات من أجانب؟ وما هي المضامين التي تقدمها في هذا الصدد؟

ويمكن طرح عدة تساؤلات فرعية وهي:

- ما هي المواضيع المرتبطة بالزواج المختلط والتي تطرحها قنوات اليوتيوب jorid chaz و lyn unni محل الدراسة؟

- ما هي القيم التي تتضمنها هذه المواضيع وتروج لها المدونتان؟
- ما هي الأهداف التي تسعى المدونتان إلى تحقيقها خلال هاتين القناتين؟
- ما هي الاستمالات التي تعتمد عليها في تقديم المواضيع؟
- ما طبيعة الديكور التي تصور من خلاله الفيديوهات التي تنشرها عبر قنواتها؟
- ماذا عن إطار الصورة التي يتم الاعتماد عليه في تصوير الفيديو؟
- ما هي أوجه التشابه والاختلاف بين المدونتين في عرض تجاربهن مع الزواج المختلط؟

- **أهداف الدراسة**

تهدف الدراسة إلى الكشف عن المواضيع المتعلقة بزواج الجزائريات من أجانب، وكيفية عرض حياتهن اليومية في دول أجنبية، كذلك البحث في طرق وأساليب تقديمهن لإيجابيات الزواج المختلط الذي أصبح اليوم هاجسا لكل فتاة جزائرية، خاصة الفيديوهات التي تنشر عبر هذه القنوات تحصد ملايين المشاهدة، كذلك تبحث في الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها والقيم التي تروج له، كما تهدف الدراسة إلى الكشف عن التشابه والاختلاف بين المدونتين في عرض تجاربهن وحياتهن مع زوج أجنبي.

- **ضبط المفاهيم والمصطلحات**

***المدونات المرئية**

المدونة هي" موقع إلكتروني يتضمَّن منشورات مُرتّبة زمنيّاً من الأحدث إلى الأقدم؛ بحيث يرى زائر هذه المواقع المنشورات الأحدث في البداية. تتيح مواقع التدوين للمستخدمين إمكانيّة التفاعل فيما بينهم عن طريق نشر التعليقات بالإضافة للوصلات".[1]

أما المدونة المرئية أو Vlogهي " عبارة عن مقاطع فيديو يُنتجها مدونون بغرض التعبير عن أنفسهم أو مشاركة تجاربهم وأفكارهم بطرق مختلفة تناسبهم مع جمهور من المتابعين لهم على مختلف منصات التواصل الاجتماعي (فيس بوك – إنستغرام – سناب شات – يوتيوب)، إلا أن أهم المنصات هي منصة اليوتيوب."[2]

وكتعريف إجرائي، المدونة المرئية عبارة عن مقاطع من الفيديو يعبر من خلالها المدونون عن حياتهم اليومية وتجاربهم ويتشاركون بها مع الآخرين لكسب أكبر نسبة من الجمهور.

***الزواج المختلط**

المقصود بالزواج المختلط، هو" ذلك الزواج الحاصل بين طرفين أحدهما جزائري الجنسية مسلم الديانة والطرف الآخر أجنبي الجنسية غير مسلم."[3]

وكتعريف إجرائي يمكن القول أن الزواج المختلط الذي نقصده في الدراسة هو الذي يتم بين امرأة جزائرية ورجل أجنبي، باعتبار أن الدراسة تركز على ما تعرضه هذه المرأة من خلال قناتها على اليوتيوب، وبما أن القانون الجزائري يشترط شهادة اعتناق الإسلام بالنسبة للرجل[4]، حتى يتم هذا الزواج، فإنه يتم اعتبار ذلك زواجا مختلطا من حيث اختلاف الجنسيات، لأنه لا ندري إن كان الاعتناق شكليا فقط أو على اقتناع.

- **نوع الدراسة ومنهجها**

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، باعتبارها تقوم على وصف الظواهر وتحليلها عن طريق جمع البيانات وتفسيرها للوصول إلى نتائج تتماشى مع أهداف الدراسة، وهنا سنقوم بوصف ظاهرة التدوين المرئي لظاهرة الزواج المختلط بين المرأة الجزائرية والرجل الأجنبي، وكيف توثق حياتها اليومية من خلال مدوناتها على موقع اليوتيوب.

أما المنهج الذي تعتمد عليه الدراسة فهو المنهج المسحي، وهو من المناهج الأكثر استخداما في البحوث الوصفية، واستخدام هذا المنهج يسمح بجمع البيانات اللازمة حول الزواج المختلط كما تعرضه مدونة " jorid chaz "و "lyn unni".

تعتمد الدراسة أيضا على المنهج المقارن، والذي يعد طريقا لاستخراج أوجه التشابه والاختلاف بين المدونتين، وفي تناول هذا الموضوع وتفاصيله التي نبينها لاحقا.

- **أدوات جمع البيانات**

لجمع البيانات اللازمة لهذه الدراسة، يتم الاعتماد على الأداتين الآتيتين:

***الملاحظة العلمية**

هي عملية عقلية يتم من خلالها ملاحظة الظاهرة وتفسيرها، من خلال الفهم الدقيق لها وبناء معرفة وخبرة عن موضوع الدراسة، وفي هذا الصدد تم ملاحظة ومتابعة المواضيع التي قدمتها المدونتان محل الدراسة واستخلاص العديد من الإشكالات التي تطرحها.

***أداة تحليل المضمون**

تعتمد الدراسة في جمع البيانات على أداة تحليل المضمون، عن طريق تحديد فئات التحليل وفقا للتساؤلات التي تم طرحها سابقا، ووحدات التحليل التي يتم من خلالها تحديد البيانات الازمة.

فئات التحليل: وتتمثل في:

- فئة الموضوع: العلاقة الزوجية – العلاقة الأسرية –العادات والتقاليد-مساعدة الزوج-تربية الأولاد.
- فئة الأهداف: التعليم – التسلية والترفيه – الإرشاد – التثقيف.
- فئة القيم: الصبر –التعاون –التحرر–المحبة –التعايش.

- فئة الاستمالات: العقلية وتتضمن: الأحداث والوقائع –تكرار القصص.

العاطفية: الفكاهة –طريقة الكلام- اللعب ومسابقات التحدي

- فئة طبيعة الديكور: ديكور داخلي (داخل المنزل) - ديكور خارجي (خارج المنزل) - مختلط

- فئة ظهور الزوج الأجنبي في الفيديو: ظهور كامل –عدم ظهوره –ظهور جزء من جسمه.

- فئة إطار الصورة: صورة مقربة جدا – صورة قريبة نوعا ما – صورة بعيدة.

وحدات التحليل

الوحدات هي الوسيلة التي يمكن من خلالها قياس مكونات فئات التحليل، واعتمدت الدراسة على وحدة الفكرة والموضوع لتحليل مضمون مدونتي jorid chaz و lyn unni، وجمع البيانات التي تساعدنا في حل الإشكالية المطروحة.

- **مجتمع البحث وعينة الدراسة**

البيانات يتم جمعها من مجتمع البحث الذي يتضمن مفردات الظاهرة والمكونة لمشكلة البحث، ونظرا لعدم القدرة على حصر مجتمع البحث المتمثل في المدونات النسوية الخاصة بالجزائريات المتزوجات بالأجانب، فقد تم اختيار أسلوب المسح بالعينة، وتم اختيار مدونتين على أساس الأسباب الآتية:

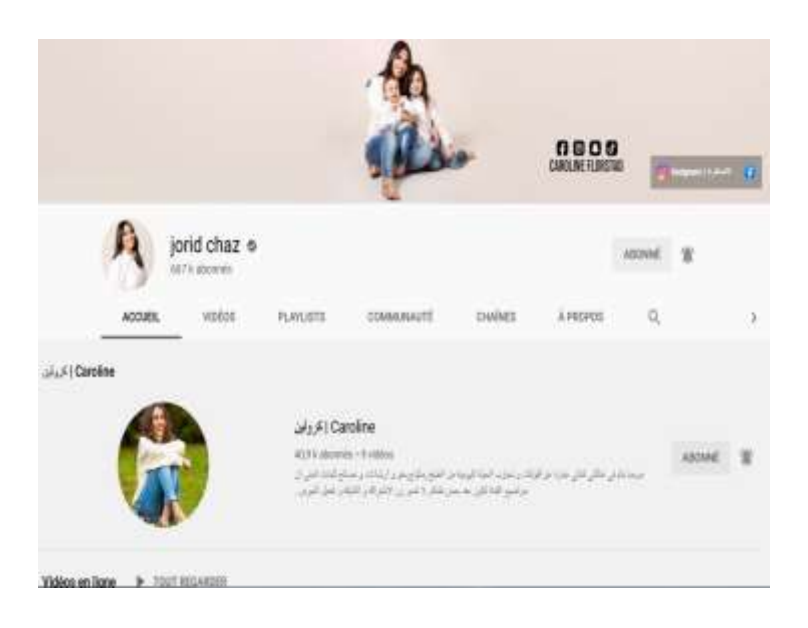
- المدونتين تعود لامرأة جزائرية متزوجة من رجل أوروبي وأخرى من رجل آسيوي، وتم استبعاد المدونات اللاتي تزوجن من رجل عربي مسلم أو حتى من دولة أجنبية مسلمة كتركيا، وذلك من أجل تقييم تجربتهن في الزواج بأجانب من مجتمعات تختلف تماما عن المجتمع الجزائري في العادات والتقاليد والقيم.

- تم اختيار مدونة jorid chaz و lyn unni، لأنها من المدونات التي تحظى بنسبة متابعة كبيرة، وتعد من المدونات المواظبات على نشر الفيديوهات والتفاعل مع الجمهور، وذلك من خلال الملاحظة والمتابعة لهاتين المدونتين منذ فترة.

وبما أن مفردات المدونة واسعة جيدة ويصعب دراستها ككل، تم اختيار عينة قصدية من الفيديوهات التي تم نشرها خلال فترة 06 أشهر من تاريخ 01 أكتوبر 2020 إلى 31 مارس 2021، وتم اختيار العينة التي تتضمن الأجواء العائلية والعلاقات الأسرية التي تتناولها المدونتين، واستبعاد الفيديوهات التي تتضمن الروتين اليومي من ماكياج وتنظيف وطبخ غيرها من الأمور المتعلقة بالمرأة شخصيا، وهنا تحصلنا على 20 فيديو من قناة jorid chaz، و 16 فيديو من قناة lyn unni.

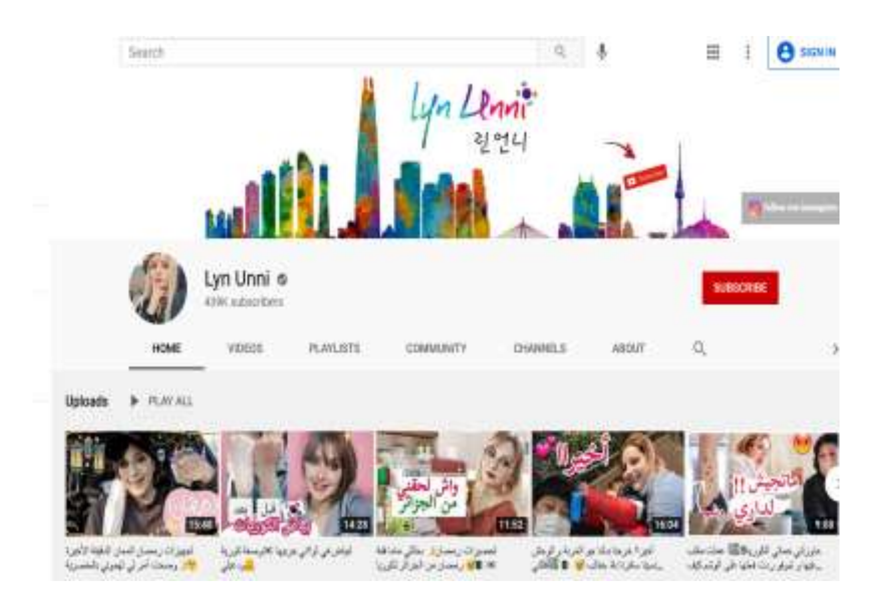
- **بطاقة تقنية لقناة "jorid chaz"**

- تاريخ الإنشاء: 14-12-2018.
- عدد المتابعين: 667k.
- عدد الفيديوهات: حوالي 230 فيديو.
- تعريف القناة: مالكة القناة هي كارولين الجزائرية وهي من إحدى قرى مدينة تيارت، والقناة عبارة عن فلوقات وتجارب الحياة اليومية من الطبخ، مكياج، سفر وإرشادات ونصائح للبنات.
- رابط القناة: https://www.youtube.com/c/joridchaz/featured.
- واجهة المدونة:



- **بطاقة تقنية لقناة " Lyn Unni"**

- تاريخ الإنشاء: 05-10-2018.
- عدد المتابعين: 439k.
- عدد الفيديوهات: حوالي 150 فيديو.
- تعريف القناة: مالكة القناة هي جزائرية من العاصمة، والقناة عبارة عن فلوقات وتجارب الحياة اليومية من الطبخ، مكياج، سفر وإرشادات ونصائح.
- رابط القناة: https://www.youtube.com/c/joridchaz/featured.
- واجهة المدونة:



2.التدوين المرئي عبر اليوتيوب

1.2 التدوين الالكتروني في الجزائر

شهدت الجزائر اهتماما متزايدا بالمدونات نتيجة لارتفاع عدد مستخدمي شبكة الانترنت ويعود ذلك أيضا إلى الحرية الكبيرة التي يتمتع مستخدمو الانترنت؛ إذ تعد فضاء مفتوحا للتعبير، فبالرغم من أن بعض الدول قد سنت قوانين تحد من إمكانية الحصول على المواد الموجودة على شبكة الانترنت إلا أن المستخدمين لديهم حرية، وقدرات ذاتية يتصفحون ما يرغبون فيه.

وتعد هذه الحرية أحد الأسباب في الجزائر لإنشاء المدونات الإلكترونية، سيما وأن القوانين الجزائرية تلقي بالمسؤولية القانونية لما ينشر في المدونات على مزودي الخدمة.[5]

2.2 الخصائص الاتصالية للمدونات

تمثل المدونات إحدى الوسائط المهمة والمؤثرة في المجتمع الافتراضي لما لها من خصائص اتصالية تميزها عن غيرها من المواقع الأخرى على شبكة الإنترنت، نذكر منها:

- **التفاعلية في إنتاج وتداول المعرفة:** تتيح المدونات الفرصة للمشاركة بفاعلية في تدفق المعرفة داخل الفضاء التدويني عن طريق التي توفِر معلومات للقراء ومن ثم تحثهم على اقتسام ما لديهم من معرفة .
- **مجال خصب للتعبير عن الذات وتنافي الشعور بالتمكين:** يمكن لأي مدونّ أن يعبّر عما يجول في نفسه من مشاعر وآراء عن طريق التدوين وأن يتلقى ردود القراء بحيث يشعر أن صوته يمكن أن يصل لجمهور عريض، وبالتالي يوفر التدوين شعورا مفعما بالتحقيق الذاتي والشهرة.
- **السرعة والسهولة في التدوين والتحديث دون الحاجة لخبرات فنية معتمدة:** التدوين ليس مشروطا بامتلاك معرفة متخصصة فقد أتاحت بعض البرامج الجديدة التدوين بسهولة وسرعة.
- **الاعتماد الرئيسي على النصوص في التدوين:** تمثل النصوص أداة أساسية للتدوين رغم وجود وسائل أخرى كالصور والفيديو والبرامج.
- **التواصل مع الآخرين وخلق تجمعات افتراضية ذات هويات مشتركة:** تتيح المدونات الفرصة للتواصل مع أشخاص بعينهم في إطار تجمعات ذات اهتمامات وهويات مشتركة تسمح بالتداول المكثف فيما بينهم فقط أو مع غيرهم.

3.2 مفهوم اليوتيوب كموقع من مو اقع الفيديو

هو" أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون www.youtube.com وعنوانه من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات لي ا رها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدين من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة

التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع."[6]

مقاطع الفيديو شكلاً من أشكال الوسائط المتعددة، وتخدم موضوعاً معيناً والتي تتكون من مجموعة من الصور واللقطات المتتالية والتي تتم معالجتها باستخدام الحاسوب، ويمكن تداولها ونشرها إلكترونياً عند رفعها أو تحميلها كروابط أو على مواقع الفيديو الإلكترونية، قد تتاح مجموعة من الأدوات التي تجعل الفيديو تفاعلياً مثل :الدردشة المباشرة، والتعليقات، ومشاركته في مواقع التواصل الاجتماعية[7].

4.2 مميزات اليوتيوب التقنية

يعتبر اليوتيوب من مواقع التدوين المرئي التي تميزت عن باقي المواقع بفضل المميزات الآتية:[8]

- **عام ومجاني** :فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء وتحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أو ترويحية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط.
- **داعم لتحميل** الأفلام :فالموقع تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع.
- **سهل الاستعمال من قبل العامة** :فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيرها من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.
- **سهل المشاهدة** :فبمجرد ضغطك على وصلة الفلم فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا ومباشرة من الموقع
- **سهل البحث** :فالموقع يوفر محرك بحث خاص به، يمكنك أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته.
- **الرقابة** :فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين أو العامة وكل ذلك يظهر بمحركات البحث.

- **ميزة البث المباشر** :لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده بل بمجرد الضغط على وصلة الفلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام.

3.تفريغ البيانات ومناقشة النتائج

بعد تصميم استمارة تحليل المحتوى واختيار عينة الدراسة، نأتي إلى مرحلة تفريغ البيانات وتحليل النتائج:

1.3 تحليل وتفسير البيانات

الجدول رقم 1: يبين المواضيع المتعلقة بالزواج المختلط التي تتناولها المدونتان عبر قناتيهما على اليوتيوب

المواضيع	"jorid chaz"		"Lyn Unni"	
	التكرار	**النسبة (%)**	**التكرار**	**النسبة (%)**
العلاقة الزوجية	06	30	04	25
العلاقات الأسرية والاجتماعية	04	20	06	37.5
تربية الأبناء	06	30	00	00
العادات والتقاليد	01	05	05	31.25
مساعدة الزوج في المنزل	03	15	01	6.25
المجموع	**20**	**100**	**16**	**100**

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أعلى نسبة للمواضيع التي تقدمها مدونة "jorid chaz" هي موضوع العلاقة الزوجية وتربية الأبناء بنسب متساوية تقدر ب 30 %، يليها موضوع العلاقات الأسرية والاجتماعية بنسبة 20 %، وأضعف نسبة تعود إلى العادات والتقاليد بنسبة 5 %، ومنه فإن التركيز على موضوع العلاقة الزوجية يأتي من أجل التوضيح لمتابعيها ومشتركي قناتها أن الزواج بأجنبي لا يثير أي إشكال بل العلاقة به طبيعية وتثبت ذلك عن طريق ما تتناوله في فيديوهاتها من روتين يومي مع زوجها في البيت

وتربية الأبناء والعناية بديكور البيت وغيرها من الأمور المتعلقة بذلك، كذلك ركزت على تربية الأبناء لتبرز للآخرين أن الابن من زوج أجنبي يمكن تربيته بشكل عادي ولا تواجهها مشاكل في ذلك، بل يتم تربيتهم وفق ما تراه هي مناسبا وفق مبادئ التربية الإسلامية من جهة ومن جهة أخرى تتماشى مع مقتضيات التربية في المجتمعات الغربية كالتركيز على تعليم الطفل لغة بلده بواسطة الحديث بها معه، في حين نلاحظ أن المدونة لم تركز على عادات وتقاليد البلد الذي تعيش فيه وهو السويد، وهذا يعكس عدم اهتمامها بهذه الأمور التي تعد أساسية في التعريف بثقافة الآخر وطريقة عيشه وعادات مجتمعه.

من جهة أخرى ركزت مدونة Lyn Unni" على موضوع العلاقات الأسرية والاجتماعية التي ظهرت بأعلى نسبة وهي 37.5 %، تليها العادات والتقاليد بنسبة 31.25 %، في حين لم تتناول موضوع تربية الأبناء حيث ظهرت نسبتها ب 0 %، ومنه نجد أن هذه المدونة ركزت على العلاقات الأسرية والاجتماعية مع صديقاتها في كوريا وحتى مع عائلة زوجها، حيث تناولت زيارتها لأهل زوجها وكيفية تحضير الأكلات الكورية، وغيرها من المناسبات التي تجمعهم بهم، وفي هذا الإطار ركزت بشكل كبير أيضا على العادات والتقاليد الكورية من لباس وأكل وطقوس الأعياد عندهم، من أجب أن تثبت أن العيش مع زوج له عادات وتقاليد مختلفة تماما عن الجزائر ليس بمستحيل، حتى في التواصل مع أهليه ومحيطه ممكن جدا رغم صعوبة اللغة الكورية، وفي المقابل نجد أن هذه المدونة أهملت موضوع تربية الأبناء ولم تتعرض إليه وتركته مبهما لدى جمهورها.

وفي مقارنة بين المدونتين، نجد اختلافا في المواضيع التي تتناولها خاصة وأن مدونة jorid chaz"، ركزت على العلاقة الزوجية وتربية الأبناء، وLyn Unni ركزت على العلاقات الأسرية والاجتماعية والعادات والتقاليد، وهذا قد يعود إلى اختلاف ثقافة البلدين الذين يعيشان فيه وتوجهات كل واحدة في التعبير عن تجربتها في الزواج المختلط.

الجدول رقم 2: يبين الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها المدونتان من خلال تجربتهن في الزواج المختلط عبر قناتيهما على اليوتيوب

الأهداف	"jorid chaz"		"Lyn Unni"	
	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
التثقيف	01	05	05	31.25
التسلية والترفيه	04	20	03	18.75
تحسين صورة الزواج المختلط	06	30	05	31.25
التشجيع على الزواج المختلط	05	25	02	12.5
الإرشاد والتوجيه	04	20	01	6.25
المجموع	**20**	**100**	**16**	**100**

يتبين من هذا الجدول أن أبرز الأهداف التي ركزت عليها مدونة jorid chaz" هي تحسين صورة الزواج المختلط لدى متابعيها والتي ظهرت بنسبة 30 %، كذلك التشجيع على هذا الزواج بنسبة 25 %، وأقل نسبة كانت بالنسبة للتثقيف بـ 5 %، ومنه يمكن القول أن المدونة حاولت من خلال قناتها على اليوتيوب تحسين صورة الزواج المختلط ، والتأكيد على أن العيش مع زوج أجنبي عادي ولا تواجهها مشاكل في ذلك، بل وأنها تشعر بالسعادة والاطمئنان في ذلك، ومن خلال قناتها أيضا تحاول التشجيع على ذلك خاصة وأنها في كل مرة تبرز محاسن الزواج المختلط وامتيازاته خاصة في الدول الأوروبية.

من جهة أخرى ركزت مدونة Lyn Unni" تحسين صورة الزواج المختلط والتثقيف بنسب متساوية وهي 31.25 %، في حين ظهرت أقل نسبة للإرشاد والتوجيه بنسبة 6.25 %، وهنا نجد أن هذه المدونة أيضا تهدف من خلال قناتها إلى تحسين صورة الزواج المختلط، ومن ناحية أخرى تهدف إلى تثقيف جمهورها بعادات وتقاليد المجتمع الكوري، وهو ما أبرزه الجدول رقم 1، أين ظهر موضوع العادات والتقاليد بنسبة كبيرة،

ومنه تحاول المدونة رسم صورة إيجابية عن العيش في كوريا وتثقيف جمهورها بعادات وتقاليد المنطقة.

وفي مقارنة بين المدونتين، نلاحظ أن كليهما تهدفان إلى التشجيع على الزواج المختلط، وهو دليل على أن التدوين المرئي له دور في إظهار بعض القضايا التي تمس المرأة الجزائرية والتي كانت شبه مختفية على الساحة الإعلامية رغم الإشكالات القانونية والاجتماعية التي تثيرها.

الجدول رقم 3: يبين القيم التي تروج لها المدونتان من خلال تجربتهن في الزواج المختلط عبر قناتيهما على اليوتيوب

القيم	"jorid chaz"		"Lyn Unni"	
	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
الصبر	13	26	10	29.41
التعاون	06	12	06	17.64
التحرر	09	18	00	00
المحبة	10	20	05	14.70
التعايش	12	24	13	38.25
المجموع	**50**	**100**	**34**	**100**

من خلال الجدول نلاحظ أن أكثر القيم التي تضمنتها مدونة jorid chaz" ،هي قيمة الصبر بنسبة 26% ، تليها قيمة التعايش بنسبة قريبة وهي 24 %، في حين ظهرت أضعف نسبة لقيمة التعاون بنسبة 12 %، ومنه يمكن القول أن المدونة وظفت القيم التي تتماشى مع أهدافها وهي الصبر والتعايش مع الآخر، خاصة مع اختلاف الثقافات والعادات في هذه المجتمع، حيث ترى أنه من الضروري الصبر على أمور عديدة من أجل ضمان عيش هادئ ومستقر مع الزوج الأجنبي ، وكذلك تحمل متاعب الغربة بعيدا عن الأهل والبلد، إضافة إلى ضرورة التعايش مع الآخر وتقبله لتستمر حياتها الزوجية.

من جهة أخرى تضمنت مدونة Lyn Unni" قيمة التعايش بأعلى نسبة وهي 38.25 %، تليها قيمة الصبر بنسبة 29.41 %، وأقل نسبة كانت لقيمة التحرر بنسبة 0 %، وهنا نجد أن المدونة ركزت بشكل كبير على قيمة التعايش مع الآخر، خاصة وأنها تحاول إبراز تأقلمها مع عائلة زوجها الكورية وتندمج في عاداتهم وتقاليدهم من أجل أن تثبت أن الزواج بأجنبي من بيئة تختلف تماما عن البيئة الجزائرية يتطلب التعايش مع الآخر وتقبله، وهذا يتطلب في المقابل الصبر على الكثير من الأمور التي يمكن أن تكون حاجزا وعائقا أما استقرار واستمرار حياتها الزوجية في بلاد الغربة.

وفي مقارنة بين المدونتين، نلاحظ أنهما ركزتا تقريبا على قيمتي الصبر والتعايش رغم اختلاف نسبها، إلا أنهما حاولتا توظيف ذلك ليتماشى مع الأهداف التي تسعيان لتحقيقها.

الجدول رقم 4: يبين الاستمالات التي تستخدمها المدونتان من خلال تجربتهن في الزواج المختلط عبر قناتيهما على اليوتيوب

الاستمالات		"jorid chaz"		"Lyn Unni"	
		التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
العقلية	الأحداث والوقائع	18	28.12	12	27.90
	تكرار القصة	12	18.75	09	20.93
العاطفية	الفكاهة والمزاح	10	15.62	05	11.65
	أسلوب التعبير	15	23.45	10	23.25
	اللعب ومسابقات التحدي	09	14.06	07	16.27
المجموع		**64**	**100**	**43**	**100**

يظهر من خلال الجدول أن المدونة jorid chaz" استخدمت الاستمالات العقلية والعاطفية في تقديم محتوى الفيديوهات، وظهرت الاستمالات العاطفية بشكل أكر من العقلية، ورغم ذلك نلاحظ أن الأحداث والوقائع ظهرت بنسبة أكبر وهي 28.12 %، أما

في الاستمالات العاطفية فإن أسلوب التعبير جاء بنسبة 23.45 %، فالتطرق إلى الأحداث والوقائع يخاطب العقل ويضعه أما التصور المنطقي، وهو ما تحول من خلاله المدونة أن تبرزه للجمهور وتؤثر فيه بشكل غير قابل للشك، وتدعم ذلك بالاستمالات العاطفية التي تعتمد على استدراج عاطفة الجمهور، وهنا تحاول من خلال أسلوب كلامها وتواصلها مع الجمهور أن تؤثر فيه وتمرر الرسالة التي تريدها إلى الآخر.

من جهة أخرى نجد أن مدونة "Lyn Unni" ، وظفت الاستمالات العقلية والعاطفية تقريبا بشكل متساو، حيث ظهرت الأحداث والوقائع بنسبة 27.90 %، تليها أسلوب التعبير بنسبة 23.25 %، وهنا تشابه بين ما توظفه المدونتان من استمالات عقلية وعاطفية رغم التفاوت البسيط في النسب إلا أنهما تسعيان إلى التأثير الفعال والإيجابي في الجمهور وهذا يتماشى مع هدفهن الرئيس وهو تحسين صورة الزواج المختلط لدى الآخر.

الجدول رقم 5: يبين طبيعة الديكور الذي تصور فيه المدونتان فيديوهات القناة

طبيعة الديكور	"jorid chaz"		"Lyn Unni"	
	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
ديكور داخلي	13	65	04	25
ديكور خارجي	04	20	07	43.75
مختلط	03	15	05	31.25
المجموع	**20**	**100**	**16**	**100**

من خلال الجدول نلاحظ أن الديكور الذي اعتمدت عليه المدونة "jorid chaz"، بشكل كبير في تصوير فيديوهاتها هو الديكور الداخلي والذي ظهر بنسبة 65 %، وأقل نسبة كانت للديكور المختلط بنسبة 15 %، ومنه نجد أن المدونة تعتمد بشكل كبير على ديكور منزلها في تصوير مختلف المواضيع التي تطرقت لها في قناتها خلال هذه الفترة،

خاصة وأنها ركزت على العلاقة الزوجية وتربية الأبناء ومنه يفرض عليها ذلك التصوير في المنزل.

أما المدونة "Lyn Unni"، فقد استخدمت الديكور الخارجي بشكل كبير حيث يظهر بنسبة 43.75 %، وأقل نسبة كانت للديكور الداخلي بنسبة 25 %، وهنا نجد أنها ركزت على الديكور الخارجي أي خارج منزلها في تصوير الفيديوهات، وهو ما يتماشى مع المواضيع التي تناولتها والتي ركزت فيها على العلاقات الاجتماعية والأسرية والعادات والتقاليد والمناطق التي تميز كوريا، وهو ما يستدعي التصوير خارج منزلها في فضاءات أخرى، وهو ما يحقق أهدافها وما تروجه في المقابل من قيم التعايش وغيرها.

وفي مقارنة بين المدونتين نلاحظ أن هناك اختلاف في اختيار ديكور التصوير وهناك شبه تعاكس في ذلك وهذا يعود إلى تصور كل مدونة والأهداف التي تريد تحقيقها.

الجدول رقم 6: يبين ظهور الزوج الأجنبي في الفيديوهات

نوع الظهور	"jorid chaz"		"Lyn Unni"	
	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
ظهور كامل	14	70	00	00
عدم ظهوره	06	30	06	37.5
ظهور جزء من جسمه	00	00	10	62.5
المجموع	**20**	**100**	**16**	**100**

يتبين من خلال الجدول أن الظهور الكامل للزوج في مدونة "jorid chaz"، جاء بنسبة 70%، وعدم ظهوره في الفيديوهات جاء بنسبة 30 %، بينما ظهور جزء من جسمه لم يظهر تماما، وهذا يبين أن زوج المدونة لا يعارض ظهوره في قناتها على اليوتيوب، وهو ما يتوافق مع قيمة التحرر التي تضمنتها المدونة في الجدول رقم 3، حيث أن ظهور الزوج عادي ولا يشكل لها حرجا بل يعد رسالة قوية لتقبل الآخر وبعيدا عن الخصوصية في

الحياة الزوجية وهو مؤشر قوي لتحسين صورة الزواج المختلط ورسم الجانب الإيجابي منه.

أما مدونة "Lyn Unni"، فقد كان ظهور جزء من جسم الزوج بنسبة 62.5 %، ولم يتم الظهور الكامل لزوج المدونة في أي فيديو، بل يظهر جزء فقط من جسمه وليس الوجه، أو لا يتم ظهوره كليا، وهذا يعود إلى خصوصية كل شخص في تقبل ما يتم تداوله عبر المدونات المرئية، وقد يرجع إلى عادات وتقاليد كل مجتمع.

وفي مقارنة مع مدونة "jorid chaz"، نجد اختلاف كبير في هذه النقطة، فإما يعود إلى اعتقاد وتفكير وتقبل كل شخص، أو احتراما لجانب الخصوصية في الحياة الزوجية.

الجدول رقم 7: يبين إطار الصورة التي تم فيها تسجيل الفيديو

إطار الصورة	"jorid chaz"		"Lyn Unni"	
	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
صورة مقربة جدا	20	50	25	71.42
صورة قريبة نوعا ما	15	37.5	10	28.58
صورة بعيدة	05	12.5	00	00
المجموع	**40**	**100**	**35**	**100**

من خلال الجدول يتبين أن المدونة "jorid chaz" ، اعتمدت على الصورة المقربة جدا في تصوير فيديوهاتها، بنسبة كبيرة وهي 50 %، في حين الصورة البعيدة جاءت بنسبة أقل وهي 12.5% ، واستخدام اللقطات القريبة يسهم في إبراز تفاصيل الأحداث والوقائع، والتركيز على الجوانب الهامة في الموضوع، مما يحث التأثير المباشر في المشاهد ويساعده على استيعاب المحتوى، أما الصورة البعيدة فتخصص لإبراز الفضاء الذي تتواجد فيه سواء داخل أو خارج المنزل.

من جهة أخرى مدونة "Lyn Unni" هي الأخرى، اعتمدت على الصورة المقربة جدا في تصوير فيديوهاتها، بنسبة كبية وهي 71.42% أما الصورة البعيدة لم تعتمد عليها، وهذا يتناسب مع المواضيع التي تناولتها المدونة والأهداف التي تسعى لتحقيقها، خاصة العادات والتقاليد والأجواء العائلية.

وفي مقارنة بين المدونتين هنا تشابه كبير بينهما في الاعتماد على اللقطات المقربة وجدا والمقربة نوعا ما من أجل نقل الأحداث وتصوير الوقائع التي لها علاقة بالمواضيع التي يتناولونها والأهداف التي يسعون إلى تحقيقها.

2.3 نتائج الدراسة

انطلاقا مما تقدم من تحليل وتفسير للبيانات، يمكن استخلاص النتائج الآتية:

- تناولت مدونة "jorid chaz" موضوع العلاقة الزوجية وتربية الأبناء في مقدمة المواضيع الخاصة بزواجها من رجل سويدي، في حين ركزت "Lyn Unni" ، على العلاقات الأسرية والاجتماعية وإبراز العادات والتقاليد في التطرق إلى تجربتها مع زوجها الكوري.
- تهدف كلا المدونتان إلى تحسين صورة الزواج المختلط من خلال المواضيع التي تطرقت إليها عبر قناتيهما على اليوتيوب.
- تتضمن المدونتان قيما متعددة أبرزها قيمتي الصبر والتعايش، ولو اختلف نسبها بين المدونتين.
- تستخدم المدونتان استمالات عقلية وعاطفية في تناول المواضيع التي تطرقت لها، وذلك من أجل إحداث التأثير الفعال والإيجابي في جمهورهما، وما يساعد على تقيق هدفهما الأول المشار له سابقا.

- تعتمد المدونة jorid chaz" في تصوير الفيديوهات على الديكور الداخلي أي داخل منزلها، وهو ما يتماشى مع المواضيع التي تناولتها بشكل أكبر، في حين تعتمد Lyn Unni ، على الديكور الخارجي الذي تستدعيه هي الأخر طبيعة المواضيع التي تطرقت لها.
- يظهر زوج المدونة jorid chaz" بشكل كامل، في أغلب الفيديوهات التي صورتها خلال فترة الدراسة، بينما يظهر جزء فقط من جسم زوج Lyn Unni دون الوجه، في أغلب الفيديوهات التي تصورها، وهذا يرجع إلى خصوصية كل شخص وقناعته بالظهور في قنوات التدوين المرئي.
- تعتمد المدونتان على الصورة القريبة جدا في تصوير الفيديوهات من أجل التركيز على الجوانب الهامة في الموضوع والتأثير الإيجابي في الجمهور المستهدف.

4.الخاتمة

يعد التدوين الالكتروني المرئي أداة هامة في صناعة المحتوى الذي يؤثر بشكل أو بآخر في الجمهور الموجه إليه، وأصبحت المرأة الجزائرية عنصرا بارزا في هذا العالم الافتراضي الذي دفعها إلى التعبير عن قضاياها واهتماماتها ونقل تجاربها للآخر دون حواجز أو تخوف أو عراقيل، ومن المواضيع التي ظهرت في الواجهة الزواج المختلط الذي أصبح موضة رائجة، خاصة بعد الترويج لتجارب الجزائريات المتزوجات من أجانب عبر قنواتهن على اليوتيوب، وهذه الدراسة أبرزت المواضيع الأكثر تداولا في هذا المجال وكيفية إقناع الجمهور بها والأهداف التي تسعين إلى تحقيقها وهي تحسين الصورة النمطية عن الزواج وما يخلفه من مشاكل قانونية وأسرية واجتماعية

هوامش الدراسة

[1] -تعريف المدونة، https://cutt.us/IJ3H8، تاريخ الزيارة 20-04-2021، 12.00.

[2] - محمد عبود: ما هو الفلوجVlog ؟ وما الفرق بينه وبين البلوجBlog ؟، https://cutt.us/PgVdR ، تاريخ الزيارة 20-04-2021، 12.00.

[3] - راشدي بن زادي، **الزواج المختلط في المجتمع الجزائري وآثاره**، رسالة ماجستير في العلوم الإسلامية، جامعة الجزائر 1، 2017-2018، ص 5.

[4] -الزواج المختلط، وزارة الداخلية والجماعات المحلية الجزائرية، https://cutt.us/g1KSM، تاريخ الزيارة 20-04-2021، 14.00.

[5] - سهيلة بضياف، **المدونات الالكترونية في الجزائر**، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2009-2010، ص ص 93-95.

[6] - عائشة ديس: **دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات**، مذكرة ماستر تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة خميس مليانة، 2017-2018، ص65.

[7] - صورية ولهة: **تأثير مواقع الفيديو الالكتروني على العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي اليوتيوب نموذجا**، مذكرة ماستر في الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، ص49.

[8] - عائشة ديس، مرجع سابق، ص ص 67-**68**.

التدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية في الشأن الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة تحليلية لصفحة " صويحبات القرآن" على الفايسبوك

أ/د: زكية منزل غرابة

جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة

ملخص بالعربية:

تتوخى هذه الدراسة البحث في التدوين الالكتروني لدى المرأة الجزائرية في المجال الديني عبر موقع الفايسبوك وقد اخترنا لذلك مجموعة "صويحبات القرآن" كتعبير عملي عن هذا التوجه لدراسة الموضوع تم الاعتماد على تحليل المحتوى كأداة منهجية لتحليل المحتوى الديني الذي تقدمه المرأة الجزائرية من حيث المضمون والشكل، وقد أبانت النتائج أن المرأة الجزائرية قادرة على الخوض في الشأن الديني ناهيك عن إنتاج المعرفة الدينية.

Abstract :

This study aims to research the electronic blogging of Algerian women in the religious field through Facebook, and for that we have chosen a group ‘‘Sowaihibat of the Quran’’ as a practical expression of this trend. The results showed that Algerian women are able to engage in religious matters, not to mention the production of religious knowledge.

مقدمة:

أحدث ظهور شبكة الانترنت نقلة غير مسبوقة في انتقال المعلومة وتلقيها، وقد سمحت هذه الأخيرة للفرد من أن يتواصل مع الغير ويبني علاقات افتراضية بغية التعارف وإقامة صداقات متجاوزا بذلك الأطر المكانية والزمانية، كما سمحت التطبيقات التي وفرتها شبكة الانترنت في أن يعبر عن آرائه ومعتقداته وأن يناقشها بكل حرية، وينتقد ما يراه مناقضا لقناعاته، وتوجهاته، فشكل بذلك التدوين الالكتروني منفذا اتصاليا للمواطن في أن يتجاوز الرقابة المفروضة عليه على كل المستويات. واللافت للانتباه أن التدوين الالكتروني قد اتخذ أشكالا عديدة للتعبير، كالمدونات الالكترونية، والتدوين المرئي عبر اليوتيوب، والتدوين عبر الفايسبوك وغيره من أشكال التدوين الالكتروني الذي مكن المواطن في أن يتحكم في زمام وسائل التكنولوجيا ويطوعها لخدمته.

والواقع أن ممارسة التدوين الالكتروني لم تعد مقصورة على الذكور فحسب، فقد أصبح بمقدور المرأة في العالم أن تجد في مختلف المنصات الاتصالية التي وفرتها الشبكة العنكبوتية فضاء اتصاليا والذي كان من قبل شبه مفقود في أن تمارس جانبا من حريتها، وتكسر حاجز الوصاية الذي كان مفروضا عليها من قبل الرجل ومنظومة القيم التي يحتكم إليها المجتمع في نظرته القاصرة للمرأة.

تنسحب هذه الحقيقة في الجزائر، حيث صار بإمكان المرأة الجزائرية أن تمارس حقها الاتصالي عبر هذا الفضاء الافتراضي، وأن تطرح قضايا وتناقش الشأن العام بكل حرية، ويبرز الفايسبوك كأحد أهم منصات التدوين التي تركت من خلاله المرأة بصماتها في شؤون الحياة كلها، ومنها الشأن الديني، وهو الزاوية التي ستتطرق إليه هذه الورقة العلمية وتفصل فيه.

-إشكالية الدراسة:

أحدثت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال والاعلام تغيرا ملحوظا في صور التواصل بين الأفراد ،فمع ظهور شبكة الانترنت و التطبيقات التي وفرتها أصبح بإمكان الشخص أن يتواصل مع عدد كبير جدا من الأفراد ،و يتبادل معهم انشغالاته و أفكاره ،و يربط علاقات مختلفة لم تكن متاحة من قبل في العالم الواقعي ،كما أتاحت له التواصل مع الغير عبر عديد أنماط الاتصال المرئي و المكتوب و الصوتي أو جميعها معا ،والأكثر من هذا سهولة التفاعل بين مستخدمي هذه الوسائط الالكترونية .و امتد الاستخدام ليشمل الذكور و الاناث على السواء ،و قد شكلت لهذه الأخيرة فضاء لتداول المعلومات بانسيابية غير معهودة .

وقد تنوعت الوسائط الالكترونية التي مارست من خلالها المرأة التدوين مثل: المدونات، الأنستغرام، التويتر، المواقع الالكترونية، وغيرها ويعد موقع الفايسبوك من أهم وأكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما من قبل الأفراد على اختلاف توجهاتهم ومشاربهم، وقد شكلت فيه المرأة الجزائرية متغيرا فاعلا استطاع أن يقتحم هذا الفضاء الالكتروني ويثبت ذاته.

من هذا المنطلق شكل هذا الفضاء الافتراضي مساحة منحت للمرأة فرصة للتعبير عن قضاياها وأفكارها بكل حرية بعيدا عن السلطة الذكورية من جهة، وسلطة العادات والتقاليد التي تصر على إقصاء المرأة من أن تكون عنصرا فاعلا في المجتمع مثلها مثل الرجل، وفي أن تمارس حقها في إبراز ذاتها في الواقع الحقيقي.

و تشير القراءة الأولية للموضوعات التي تناولتها المرأة بالتدوين في الفضاء الأزرق تنوعا ما بين القضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية ،وحتى الاقتصادية والعلمية ،و كذا الدينية ،و يشكل هذا الأخير حضورا لافتا على مستوى الفايسبوك ،حيث اتجهت العديد من النساء و منها النساء الجزائريات إلى إنشاء مجموعات خاصة بهن تناقش

الشأن الديني وانشغالاتهن في هذا المجال ،وتعد صفحة "صويحبات القرآن" على الفايسبوك و موقعها في الجزائر واحدة من أهم الصفحات النسائية الجزائرية التي أفصحت عن هذا التوجه ،بيد أن تأكيد ذلك يحتاج منا إلى دراسة علمية تبحث في القضايا التي تناقشها المرأة من خلال التدوين الالكتروني على الفايسبوك ،و هو ما تطرحه إشكالية هذه الدراسة في التساؤل المحوري الرئيس :ماهي قضايا الشأن الديني من خلال التدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية على موقع الفايسبوك ؟

وتتفرع عن هذه المشكلة البحثية مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

-ماهي الموضوعات التي تتناولها التدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية في الشأن الديني من خلال مجموعة " صويحبات القرآن "عبر الفايسبوك؟

- ماهي مصادر معلومات المرأة المدونة عبر مجموعة " صويحبات القرآن. على الفايسبوك؟"

-ماهي الأهداف إليها التدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية في الشأن الديني من خلال مجموعة " صويحبات القرآن "عبر الفايسبوك؟

-ماهي صورة الأسماء التي تدون بها المرأة الجزائرية في الشأن الديني من خلال مجموعة "صويحبات القرآن" على الفايسبوك؟

-ماهي الأشكال التي اعتمدها التدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية في الشأن الديني من خلال مجموعة ""عبر الفايسبوك؟

-ما هو حجم تفاعل المتابعات للتدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية في الشأن الديني من خلال مجموعة "صويحبات القرآن "على الفايسبوك؟

-أهمية الدراسة: يكتب الموضوع أهميته من زوايا متعددة تتمثل في الآتي:

-يكتسب الموضوع أهميته من حيث كونه يتطرق إلى موضوع مهم يرتبط بالتدوين الالكتروني النسوي ،وهو واحد من أهم الظواهر التي أسست لخطاب جديد خاص بالمرأة عموما والمرأة الجزائرية على وجه الخصوص بعيدا عن الهيمنة الذكورية ،له خصوصيته ومميزاته التي تميزه عن غيره من الخطابات ،كونه يصدر عبر الفضاء الالكتروني على تعدد تطبيقاته معلوم أن التدوين الالكتروني يعطي لصاحبه مساحة من الحرية في أن يعبر عن آرائه بعيدا عن رقابة سلطة المجتمع أو السلطة الحاكمة ،و من ثم فإن هذه الدراسة ستطلعنا عن ميزة هذا الخطاب النسوي بكل تجلياته .

-تكمن أهمية الموضوع من حيث أنه يتعلق بعنصر حيوي في المجتمع وهو المرأة، فقد أثبتت هذه الأخيرة قدرتها على التعامل مع الوسائط الالكترونية التي خلصتها من الوصاية الذكورية التي كانت تمارس عليها بفعل الأعراف والتقاليد والفهوم الخاطئة للدين، والتي تحظر عليها أن تدلي بآرائها في القضايا المختلفة. فإلى وقت قريب لم يكن بوسع المرأة أن تعبر عن مواقفها وانشغالاتها ناهيك عن الانغماس في القضايا المختلفة ذات العلاقة بشخصها من ثم فإن دراسة هذا الموضوع سيكشف لنا طبيعة المضامين التي تقدم من قبل المرأة ومدى تحكمها في التعامل مع العالم الافتراضي.

-ترتبط أهمية الموضوع من حيث أنه يتناول التدوين النسوي في الشأن الديني ،و معلوم أن الانغماس في تناول المواضيع الدينية من قبل المرأة على وجه الخصوص كان موضع تجاذبات فكرية ،فإلى وقت قريب كانت المرأة محل فعل ورد فعل بين المؤيدين و المعارضين[1] بشأن إشراكها في الخوض في الشأن الديني وبخاصة على مستوى وسائل الإعلام المختلفة ناهيك عن العالم الافتراضي .،و مع تطور تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ،وظهور الانترنت بما وفرته من منصات إعلامية اتصالية قد أعطت للمرأة متنفسا لتتحدث في القضايا المختلفة ،و منها الشأن الديني ،و ستوفر هذه الدراسة إمكانية التعرف على الموضوعات ذات الشأن الديني التي تقدمها المرأة من خلال التدوين الالكتروني وفق قناعاتها و رؤيتها هي لا وفق رؤية الرجل .

-أهداف الدراسة:

-التعرف على الموضوعات التي يقدمها التدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية في الشأن الديني من خلال مجموعة " صويحبات القرآن "عبر الفايسبوك.

- التعرف على مصادر معلومات التدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية في الشأن الديني من خلال مجموعة " صويحبات القرآن "عبر الفايسبوك.

-التعرف على الأهداف التي يرمي إليها التدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية في الشأن الديني من خلال مجموعة "صويحبات القرآن"عبر الفايسبوك.

-معرفة صورة الأسماء التي تمارس من خلالها المرأة الجزائرية التدوين الالكتروني في الشأن الديني من خلال مجموعة " صويحبات القرآن "عبر الفايسبوك.

-الوقوف على الأشكال التي اعتمدها التدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية في الشأن الديني من خلال مجموعة "صويحبات القرآن "عبر الفايسبوك.

-معرفة حجم تفاعل المتابعات للتدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية في الشأن الديني من خلال مجموعة على الفايسبوك.

-**ضبط المفاهيم**: تتطلب الضرورة المنهجية ضبط جميع المصطلحات الواردة في الدراسة بغية إزاحة الغموض الذي قد يساء فهمها لدى القارئ، و في هذا الإطار يقول أحد الباحثين مبينا أهمية توضيح المصطلحات بالقول: "إن تحديد المصطلحات التي يستعملها الباحث أمر في غاية الأهمية إذ بدونه سندور مع المؤالفين و المخالفين في حلقة مفرغة و لا نستطيع أن ننطلق من مفاهيم واضحة نتفق عليها للوصول إلى حل أي مشكل"[2] ، وقد تضمنت الدراسة مجموعة من المصطلحات وهي:

1-التدوين:

*لغة: تقييد المتفرق و جمع المتشتت في ديوان[3].

*اصطلاحا : يستعمل التدوين بمعنى التصنيف والتأليف[4].

2-التدوين الإلكتروني: قدم الباحثون تعريفات كثيرة بهذا الشأن و من ذلك أنه" صفحة عنكبوتية تشتمل على تدوينات post مختصرة و مرتبة ترتيبا زمنيا و بصورة تفصيلية، فإن المدونة تطبيق من تطبيقات الانترنت، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، و هو في أبسط صوره عبارة عن صفحة عنكبوتية تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة و مرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا"[5].

أو هو نوع مم أنواع المواقع التفاعلية على شبكة الانترنت، تتألف من إدراكات مرتبة بطريقة زمنية عكسية وتتوافر خاصية التفاعلية من خلال إتاحة إمكانية التعقيب ونشر التعليقات حول التدوينات التي يمكن أن تتخذ عدة أشكال نصوصا، صور، تسجيلات صوتية، مقاطع مصورة أو حتى روابط تشعبية[6].

وفي تعريف آخر يطلق اسم مدونة إلى اسم ذلك الشخص الذي يقوم بكتابة خليط يتألف من رزنامة من الأحداث والسيرة الذاتية والرأي على صفحة إلكترونية، فهي شكل حديث من الكتابة الصحفية الافتراضية ونشر القصص والتجارب الشخصية والمناقشات والحوارات حول تفاصيل الحياة اليومية الثقافية والدينية والاجتماعية والسياسية الجماعية منها والفردية. كما تشفع المدونة عادة بالصور والتسجيلات الصوتية والموسيقى والأغاني والأشرطة المصورة والتي تكون غالبا من صنع المدون نفسه "[7].

والواقع أن هذه التعاريف قد أشارت إلى نوع واحد من صور التدوين الالكتروني، وهو المدونات في حين أن التدوين الالكتروني هو أشمل من ذلك حيث يتعداه إلى جميع

صور التدوين التي يمارسها الفرد على الفضاء الالكتروني الافتراضي لتشمل المدونات والتدوين المرئي أو التدوين الصوتي والتدوين المكتوب وغيرها من الصور التي يسري عليها هذا المعنى، وتتجه إلى نشر المضامين السياسية أو الدينية أو الاجتماعية أو الاقتصادية وغيرها من الاهتمامات.

3-مو اقع التواصل الاجتماعي:

تعرف بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها"[8].

كما تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "منظومة من شبكات ومواقع إلكترونية تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول والهوايات، أو ججمعه مع أصدقائه، ومن ثم يتيح للفرد إنشاء الرسائل الالكترونية ونشرها بي أعضاء الموقع والمواقع المشتركة ... حرية تامة"[9].

5-الفايسبوك:

يعرف الفايسبوك على أنه موقع إلكتروني للتواصل بين المستخدمين حول العالم، ويمكن لأي شخص قادر إنشاء موقع له في حساب الفايسبوك بسهولة وبدون مقابل مادي، ويهدف الموقع الربط بين الأصدقاء ،والتعرف على أصدقاء جدد أو البحث على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، ويمكن لمشتركين في الموقع الاشتراك في شبكة أو أكثر، مثل المدارس أو أماكن العمل والمناطق الجغرافية أو المجموعات الاجتماعية وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في الشبكة نفسها، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية[10].

ويمكن تعريفه على أنه شبكة اجتماعية يضم الملايين من المستخدمين والمشتركين يجمعهم اهتمام مشترك ويوفر لهم العديد من الخيارات كتبادل الرسائل والدردشة وإمكانية الاشتراك في المجموعات وغيرها ويمثله في هذه الدراسة مجموعة "صويحبات القرآن" الذي يجمع نساء جزائريات اخترن الانخراط في هذا الفضاء ليتبادلن الاهتمامات المشتركة في إطار المرجعية القائمة على القرآن الكريم.

-**نوع الدراسة والمنهج المستخدم**: تدخل هذه الدراسة ضمن ما يعرف بالبحوث البحوث الوصفية وهي تلك التي "تستهدف وصف الأحداث والاتجاهات والقيم والتفضيل والاهتمام وكذلك أنماط السلوك"[11]، وميزة البحوث الوصفية أنها "لا تقف عند حد جمع البيانات وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف البيانات والحقائق التي تم تجميعها وتسجيلها، وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحيلا شاملا واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها"[12].

وبما أن طبيعة المشكلة البحثية عادة ما تتحكم في نوعية المنهج المستخدم فقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي باعتباره الأنسب لمثل هذه الدراسات والمسح يعتبر " جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات و أوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظاهرات موضوع البحث[13].

-مجتمع الدراسة وعينتها:

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية التي يسعى الباحث إلى تعميم نتائج بحثه عليها ...وعلى الباحث أن يحدد مجتمع البحث تحديدا دقيقا، حيث ينبغي أن يكون مجتمع البحث هو نفسه الذي تختار منه العينة[14]، وعليه فإن مجتمع البحث في هذه الدراسة هو جميع المضامين ذات الشأن الديني في مجموعة "صويحبات القرآن". وقد تم اختيار هذه المجموعة للاعتبارات الآتية:

أولا: تم إنشاؤها من قبل جزائريات وموقعها الجزائر.

ثانيا: توجهها في التعايش مع الشأن الديني فقط.

ثالثا: عدد المتابعات لهذه المجموعة والذي فاق 101,399 متابعة.

رابعا: حجم التفاعل منشورات المجموعة.

ولأنه يصعب علينا إجراء الدراسة على جميع مفردات المجتمع الأصلي، فقد توجب علينا اختيار عينة ممثلة عن المجتمع الأصلي "وهي جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وبطريقة تمثل المجتمع الأصلي"[15]. وفي هذا الإطار تم الاعتماد على عينة عشوائية وهي "أسلوب الاختيار لعدد محدود من مفردات المجتمع بحيث يكون لكل مفردة منها حق نفس فرصة السحب"[16]و قد تم اختيار عينة من التدوينات الالكترونية النسوية امتدت على مدار أسبوع من 13 إلى 20 أفريل 2021م".

-الدراسات السابقة: وقفت الدراسة التي بين أيدينا على مجموعة من الدراسات ذات العلاقة بموعنا وهي:

***دراسة فضيلة تومي وزهية يسعد حول : الحضور الرقمي للمرأة الجز ائرية عبر الفضاءات الرقمية : دراسة تحليلية لقضايا المرأة عبر صفحات الفايسبوك** [17] :

استهدفت هذه الدراسة تحليل صفحات المرأة الجزائرية على موقع الفايسبوك، لمعالجة أهم القضايا التي تتطرق لها النساء الجزائريات عبر عدد من صفحاتهن على الشبكة، ورصد مختلف توجهاتها.

وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح الوصفي باعتباره الأنسب لمثل هذه الدراسات التي تقتضي حصر المضامين التي تم نشرها ومن تحليلها وتفسيرها.

وفي إطار هذا المنهج تم تطبيق الدراسة على عينة قصدية شملت مسحا شاملا لكل منشورات صفحة "المرأة الجزائرية على الفيس بوك ابتداء من 18 جانفي إلى غاية 18 فيفري 2017.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

-أن الموضوعات الاجتماعية التي تحظى باهتمام المرأة الجزائرية، هي تلك المتعلقة بأسرتها الصغيرة وحتى الكبيرة ويعتبر موضوع حياتها الزوجية أولى أولوياتها في الحياة، ومن ثم القضايا المرتبطة به بشكل مباشر منها الخطبة والزواج وطبيعة العلاقة بين الأفراد في خضمها.

-وظفت المرأة الجزائرية الفايسبوك من أجل تخفيف ضغوط الحياة والتنفيس، عن طريق التنكيت في منشورات تضفي على المستخدمات نوعا من التسلية والترفيه.

-تعتمد صفحة المرأة الجزائرية على مختلف الوسائط لعرض مضامينها للنساء الجزائريات مستخدمات الفيس بوك غير أنها تميل إلى عرضها عن طريق المزيج، أي تلك الوسائط التي تجمع بين النص المكتوب والصور.

***دراسة إيمان سكورو محمد لمين بوذن حول حرية المرأة في الفضاء الافتراضي ورهانات الاندماج في الشأن العام** [18] :

تهدف هذه الدراسة استجلاء أبعاد وتأثيرات حرية المرأة في الفضاء الافتراضي على اندماجها في الشأن العام، وتسليط الضوء على المساحة التي تشغلها المرأة في قضايا الشأن العام على موقع فايسبوك، من خلال دراسة ميدانية على عينة من النساء الفاعلات في هذا الموقع.

وقد تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة قصدية من النساء المستخدمات للفايسبوك قدرت ب 17 مفردة باستخدام استمارة الاستبيان.

وقد توصلت الدراسة إل مجموعة من النتائج أعمها:

-أظهرت نتائج الدراسة أن معظم مفردات العينة من النساء اللاتي تستخدمن الفايسبوك هن عاملات بنسبة 81،13 %.

-أظهرت الدراسة أن دواعي استخدام موقع الفايسبوك تتمثل في: التواصل مع الأصدقاء، فالنساء العاملات تكون لهن رغبة في مشاركة نشاطاتهن مع أصدقائهن من خلال الموقع، حيث يكون لهن احتكاك بالمجتمع كل حسب طبيعة عملها .

-أظهرت الدراسة أن نسبة من استخدمن الاسم الحقيقي من النساء في موقع الفايسبوك قدر ب 62،5%، الأمر الذي جعل المرأة تجد لنفسها مكانا في الموقع وفرضت شخصيتها وهويتها.

- أن مع معظم المستخدمات يعبرن عن رأيهن الحقيقي حتى وإن كان ضد الأغلبية، وتمثل أغلبية هذه النسبة المرأة التي لها مستوى تعليمي مرتفع ما يؤكد أن موقع الفايسبوك قد وفر للمرأة فضاء للاندماج في الشأن العام بحرية وبهويتها الحقيقية.

***دراسة دريم فاطمة الزهراء حول : التدوين الإلكتروني و المرأة الجز ائرية**[19]

استهدفت هذه الدراسة البحث في مدى استفادة المرأة الجزائرية من تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومدى استفادتها من التدوين الالكتروني. وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي للبحث في الموضوع.

وقد توصل البحث إلى جملة من النتائج أهمها:

-هناك نساء عانين كثيرا في الوصول الى الفضاء العمومي من أجل التعبير عن مواقف إزاء قضايا اجتماعية أو سياسية، ذلك بسبب النظرة الموجهة لهم من قبل المجتمع.

-أكد البحث أن المرأة في إمكانها الولوج إلى الفضاء العمومي الافتراضي تعاني من الممارسات التمييزية، بسبب العوائق الاجتماعية ونظرة المجتمع إلى أدوار الرجل والنساء، وبسبب ما من تحرش ومن مضايقات في هذه الفضاءات العمومية.

-تمثل المدونات عالما جديدا للمرأة فيه حضور خاص، فالمدونات النسائية تعكس صورة مختلفة عن النماذج النمطية التي تداولتها النخب حول المرأة فهي ليست جسدا فقط، وإنما فكرا وثقافة وأصالة.

***دراسة: التدوين المرئي النسوي و أثره في تشجيع السلوك الاستهلاكي دراسة مسحية على عينة من متابعات قناة Amira Riaa Life Style عبر اليوتيوب**[20]:

استهدف هذه الدراسة الكشف عن ظاهرة التدوين المرئي النسوي التي ازدادت شعبية وحضورا في الآونة الأخيرة، وذلك نتيجة لما توفره من خدمات متنوعة للمرأة لعرض أراءها وتجاربها الشخصية في جلب السلع والخدمات والتأثير في سلوك المتابعات وتحفيزهن للاهتمام ولاقتناء المنتجات.

وتم الاعتماد على منهج المسح الوصفي، وفي إطاره استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان الالكتروني لجمع البيانات، حيث تم تطبيقه على 77 مفردة من متابعات قناة أميرة ريا على اليوتيوب.

وقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- تتابع مفردات العينة محتويات قناة أميرة ريا عبر اليوتيوب من ساعة إلى ثلاث ساعات الأمر الذي ساعد المتابعات على مشاهدة وتكرار الفيديوهات في أي وقت وفي أي مكان.

-أفصحت الدراسة أن جدية صاحبة القناة في طرح الموضوعات والمحتويات التي تتلاءم مع جميع الفئات العمرية ساهم في زيادة الإعجاب والاشتراك في القناة، وفي شبكات التواصل الاجتماعي كالفايسبوك والإنستغرام.

- تتابع مفردات العينة محتويات القناة أميرة ريا عبر اليوتيوب كونها تقدم مجموعة من النصائح والتوجيهات في شتى المجالات ووجود معلومات مفيدة تحقق لهن ثقافة خاصة.

- أسفرت النتائج والعدد الهائل من الاشتراك في القناة وصفوتها بين القنوات الأخرى يعود إلى كونها تعتمد على أساليب متنوعة في عرض التجارب فهذا الأمر ساعد على تحسين مزاجهن ورضاهن في مجال الملابس والعطور والإكسسوارات والتجميل.

-التعليق على الدراسات السابقة:

-اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في كونها تتعرض بالبحث في التدوين النسوي الالكتروني.

-اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة زهية وفضيلة في كونهما يتناولان التدوين النسوي بر الفايسبوك وتختلف الدراسة الحالية من حيث تركيزها على التدوين النسوي في المجال الديني فحسب.

-اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة زهية وفضيلة في كونهما اعتمدتا على أسلوب تحليل المحتوى في حين اختلفت عن دراسة إيمان ولمين في كون الأخيرة على استمارة الاستبيان.

وعلى آية حال فإن الدراسة الحالية يمكن اعتبارها من هذه الناحية إضافة علمية إلى ما سبقها من دراسات.

-**أداة التحليل**: اعتمدنا في دراسة الموضوع على أسلوب تحليل المحتوى لجمع البيانات المطلوبة، وقد عرف تحليل المحتوى حسب المهتمين بمنهجية البحث العلمي بأنه "أحد الاساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الاعلامية بهدف التوصل الى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل"[21]، ويسعى تحليل المضمون إلى تقسيم المادة محل الدراسة إلى فئات تسهل عملية دراسة كل عنصر منها وحساب التكرارات بشأنها قد قسمها الباحثون إلى فئات المضمون ماذا قيل؟ وفئات الشكل كيف قيل؟

-**نتائج الدراسة:**

1-تشير البيانات الأولية للدراسة محل البحث أن القائمات على إدارة المجموعة قد اخترن اسم "صويحبات القرآن" لصفحتهن على الفايسبوك هو اسم له دلالته من الناحية الدينية في إشارة من المنخرطات في هذا الفضاء الافتراضي رغبتهن في أن يكون القرآن هو المرجعية التي يخضعن لها في مناقشة الشأن الديني ،والذي يجب أن يبسط سلطانه على حياتهن .و لعل هذا يتوافق مع دعوات شيوخ الافتاء الذين "ينصحون من كانت له موهبة الكتابة أن يستغلّها في العمل الدعوي، وأن يمارس عبر فعل الكتابة ، واجب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر " عبر الوسائل الاتصالية المختلفة التي لا تتعارض و الشرع الحنيف.[22]

2-أظهرت النتائج أن الموضوعات التي تضمنها التدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية عبر مجموعة " صويحبات القرآن" بخصوص الشأن الديني من خلال منصة الفايسبوك تمثل في الآتي:

*‏**موضوعات تتعلق بالأسرة** وفق التصور الاسلامي بنسبة 52،94% ،وفيه تحدثت النساء المدونات عن العلاقات الزوجية و كيف يمكن للمرأة أن تحافظ على حياتها الزوجية و الأخطاء التي قد تهدمها ،كما تحدثت عن معايير اختيار شريك الحياة مؤكدة على ذات الدين ،و غيرها مما له علاقة بالبيت الأسري ،و نعتقد أن تفوق هذا الموضوع على بقية المضامين لكونه مجال محوري في حياة المرأة و من ثم فإن المدونات يحرصن على إفادة بعضهن بما يجعلها المرأة سعيدة في الأسرة باعتبارها النواة التي يقوم عليها المجتمع.

*‏**موضوعات تتعلق بالقرآن الكريم** بنسبة 21،56% و هو يدل على مدى تعلق المدونات بكل ما يحيي قلوبهن في جانب قراءة القرآن الكريم و أحكام التلاوة و التشجيع على ختم القرآن ،و ليس غريبا أن تتخذ المدونات تسمية صفحتهن بـ" صويحبات القرآن " للتدليل على هذا الارتباط الروحاني بين التوجه الذي اتخذنه و كتاب الله تعالى.

*‏**موضوعات تتعلق بالعقيدة** بنسبة 13،72% و هو محور يعد في غاية الأهمية بالنسبة للمدونات و بالتالي فهن يحرصن على الاستزادة في هذا المجال ،و قد برز ذلك في الحديث عن الصلاة على النبي و مبعثه عليه الصلاة و السلام ،و التذكير بالأدعية ،و كيفية تشييع الميت في ديننا الحنيف.

*موضوعات تتعلق بالعمل الخيري و العبادات بنسبة 5،88 % لكل منهما ،و فيه ارتبط التدوين الالكتروني للمرأة الجزائرية بـ الدعوة إلى التبرع لأخواتهن باللباس الشرعي لمن لم تستطع اقتناءه ،في إشارة إلى تحبيب الحجاب للنساء ،و في مجال العبادات فقد كان التدوين متعلقا بالحديث عن آداء بعض النوافل كصلاة الاستخارة و صلاة الضحى ،و استغلال أوقات رمضان.

3-أبانت نتائج الدراسة التحليلية أن الأهداف التي تتوخى إلى تحقيقها القائمات على مجموعة "صويحبات القرآن " على الفايسبوك يتمثل في الآتي:

*توجيه المتابعات لصفحة "صويحبات القرآن" إلى معايير بناء الأسرة السليمة في الترتيب الأول بنسبة 30،43 %.

*التشجيع على العمل الخيري بنسبة و تذكير المتابعات بضرورة الصلاة على النبي و استحضار الأذكار في كل وقت 17،39% لكل منهما.

*نشر الثقافة الدينية بين المتابعات لصفحة صويحبات القرآن و كذا الدعوة إلى الاهتمام بالقرآن بنسبة 13،04 %لكل منهما.

4-أفصحت نتائج الدراسة أن مصادر معلومات المدونات عبر صفحة "صويحبات القرآن "هو المدونة ذاتها بنسبة 43،75%، يليها النقل عن مجموعات أخرى بنسبة 25%، ثم الاعتماد على أقوال النبي صلى الله عليه وسلم بنسبة 12،5%، يليها الاعتماد على أقوال الفقهاء والصحابة بنسبة 6،25 %.و تشير هذه النتائج على قدرة المدونة الجزائرية عبر الفايسبوك على إنتاج المعرفة الدينية مثلها مثل الرجل في المواضيع المختلفة و قد يعود هذا على تنوع فضاءات التحصيل الديني و الذي مكنها من أن تنقله إلى الفضاء الافتراضي إفادة لغيرها .

5-أفصحت الدراسة على تنوع أسماء النساء اللاتي قدمن تدوينا إلكترونيا عبر صفحة "صويحبات القرآن" في الفايسبوك وقد وردت حسب الآتي:

*جاءت الأسماء المستعارة للنساء المدونات في الترتيب الأول بنسبة 50 مثل "لله نمضي" ،و "راجية الفردوس" ،و "توبة" و "أمي جنتي أبي عطرها" ، و بعضها الآخر برز بأسماء وردت بالكنىة بنسبة 25 مثل imane djender،و غيث أمنية و هو أيضا يفسر عن رغبة بعض المدونات في أن تظهر بغير اسمها الحقيقي و يلاحظ هنا على أنه بالرغم من كون صفحة "صويحبات القرآن" مجموعة نسائية بامتياز فإننا نعتقد أن إكراهات الواقع وأعرافه لا تزال تمارس سلطتها على النساء المدونات عبر الفايسبوك من جهة ،و قد يعود ذلك أيضا إلى أن إخفاء الهوية الحقيقة في التدوين النسوي محل الدراسة ربما

يعطي حرية أكثر للمدونة كي تناقش المواضيع الدينية بكل حرية خاصة تلك التي ترتبط بها كامرأة بالدرجة الأولى من جهة أخرى ،كما أنه يعبر عن بعض الأبعاد الإيمانية التي تريد من خلالها الأسماء المستعارة إشراك المتابعة لتمثلها و استشعارها و تقفي أثرها .

*جاءت بعض الأسماء بأسماء حقيقية مثل "فايزة" ، "شيماء بن سالم" و "قمرة" ،ما يفسر تحديا صريحا من هؤلاء النساء في أن يقدمن آرائهن وفق قناعاتهن و أنهن على استعداد على لمواجهة ما قد يرد من انتقادات لهن.

6-تصدر الإعجاب صور التفاعل تجاه التدوينات الإلكترونية للنساء في الشأن الديني على صفحة "صويحبات القرآن" بنسبة 98.61، و قد عبرت فيه عن تأييد ودعم المنشورات المقدمة عبر الصفحة، يليها التعليق بنسبة 1،38%، وهو عادة ما يؤيد صراحة بالتعبير عن مضمون ما أو تعقيب أو عدم الموافقة على ما تم تقديمه من مضامين في الشأن الديني.

7- بينت الدراسة أن التدوين الالكتروني للنساء الجزائريات عبر صفحة "صويحبات القرآن" على الفايسبوك قد وظفن التطبيقات التي أتاحتها شبكة الانترنت باحترافية ،شكلت نسبة التدوين الالكتروني في صورته المكتوبة نسبة مرتفعة مقارنة بالأشكال الأخرى بنسبة 50% ،يليه النصوص المكتوبة مدعمة بالصور بنسبة 41،66%،في حين جاء الفيديو بنسبة 8،33%.و يشير هذا التنوع في الأشكال المستخدمة قدرة المرأة على التحكم في وسائل التكنولوجيا عبر الفضاء الافتراضي وينم عن وجود كفاءات نسائية بإمكانها استثمار التدوين الإلكتروني في تحقيق تطلعاتها و تطلعات المجتمع على السواء.

8- تصدرت اللغة العربية الفصحى المستويات اللغوية المستعملة في التدوين الالكتروني في الشأن الديني بنسبة، يليه مزيج بين العربية والفرنسية، والعربية والعامية

بنسبة لكل منهما، يليه العامية بنسبة، وتدل هذه النتائج على تحكم واضح في اللغة العربية من قبل المرأة المدونة في الشأن الديني في مجموعة " صويحبات القرآن".

خاتمة:

ألقت هذه الدراسة بظلالها على موضوع في غاية الأهمية ،ذلك الذي يرتبط بالتدوين النسوي الالكتروني و بخاصة على مستوى المرأة الجزائرية ،في واحدة من أهم المنصات الاتصالية و هو الفايسبوك ،و قد أبانت الدراسة عن كفاءة عالية في استخدام وسائل التكنولوجيا من قبل المرأة الجزائرية ،من حيث استثمارها للوسائط التي توفرها الأنترنت ،وتعاطيها مع الشأن الديني ،على أنه ،و للأمانة العلمية أن تدوين المرأة في هذا المجال بقي رهين الموضوعات الدينية المعلومة من الدين بالضرورة و لم يرق إلى الطرح العميق للقضايا الدينية الكبرى .

توصيات الدراسة: توصي الدراسة بمجموعة من المقترحات:

-إجراء دراسات مقارنة بين التدوين النسوي في الجزائر بكافة أشكاله المرئي والمكتوب في الفضاء الافتراضي مع قريناته في الدول العربية والغربية.

-إجراء دراسات علمية على مستوى المدونات النسوية في المجالات الأخرى الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والفنية.

-توجيه المرأة الجزائرية إلى استثمار التدوين الالكتروني في الفضاء الافتراضي في خدمة القضايا الكبرى للمجتمع الاسلامي.

الهوامش:

1-الحويني، "إنما العلم للرجال فقط،موقع :www.forsanhaq.com .،تاريخ الدخول:2014/5/14م.

2- محسن عبد الحميد ، المذهبية الإسلامية و التغيير الحضاري ،مطابع الدوحة الحديثة ، قطر ،1984م ،ص17.

3- محمد بن مطر الزهراني ،تدوين السنة النبوية ،دار الهجرة للنشر و التوزيع،الرياض،ط1 ،1996،ص13.

4- نفس المرجع والصفحة.

5-زواوي أحمد مهدي ،علي مهني سامي،الإطار القانوني للتدوين الالكتروني في الجزائر ،مجلة صورت القانون،إصدار مخبر نظام الحالة المدنية ،جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة ،دولة الجزائر،مج5 ،ع2 ،أكتوبر2018م ،ص475.

6-سعاد ولد جاب الله، المدونات الإعلامية كيف غيرت الخصاص التكنولوجية للتدوين أساليب المعالجة الإعلامية، مجلة العلوم الاجتماعية و الانسانية،جامعة محمد بوضياف ،المسيلة،ع8 ،جانفي 2015م،ص39.

7-جمال الزرن،المدونات الالكترونية و سلطة التدوين، مجلة شؤون عربية،إصدار جامعة الدول العربية،مصر ،ع130 ،2017 ،ص165.

8-مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجا،دار المحتسب للنشر و التوزيع،الرياض ،ط1 ،1438هـ ،ص16.

9-بدر الدين بن مقبل الظفيري،من الآثار العقدية الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي ،بحث مقدم ضمن مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام ،الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة ،المدينة المنورة ،المملكة العربية السعودية، مج 4 ،22-23 /11 /2016م .ص137..

10- بوشلاغم حنان،مجلة دفاتر المخبر،جامعة محمد خيضر ،بسكرة،مج11 ،ع2 ،دور الشبكات التواصل االجتماعي في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي،2016م،ص177.

11-محمد عبد الحميد،بحوث الصحافة ،عالم الكتب ،القاهرة،ط1 ،1992م،ص81.

12-سمير محمد حسين،بحوث الاعلام ،عالم الكتب،القاهرة ،ط1 ،2006م، ص131-132.

13المرجع نفسه، ص147.

14- يوسف لازم كماس،البحث العلمي، ،دار دجلة للنشر و التوزيع،الأردن ،ط1 ،2016 ،ص.145..

15-جودت عزت عطوي،أساليب البحث العلمي ،دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن،ط1 ،2009م. ،ص85.

16- أمين منتصر ،خطوات و ضوابط البحث العلمي ،دار الفكر العربي،القاهرة ،ط1 ،2010م ،ص139 .

17-فضيلة تومي وزهية يسعد حول: الحضور الرقمي للمرأة الجزائرية عبر الفضاءات الرقمية:دراسة تحليلية لقضايا المرأة عبر صفحات الفايسبوك [17]:مجلة الباحث الإعلامي،إصدار كلية الاعلام ،جامعة بغداد،مج2017،9م،ص119-132.

18- إيمان سكورو محمد لمين بوذن حول حرية المرأة في الفضاء الافتراضي ورهانات الندماج في الشأن العام، بحث مقدم ضمن الملتقى الوطني حول المرأة

والاعلام، جامعة مستغانم، مارس 2018م.متاح على موقع: file:///C:/Users/samsung،تاريخ الدخول:2021/4/13.

19-دريم فاطمة الزهراء حول:التدوين الإلكتروني و المرأة الجزائرية[19]: مجلة الساورة للدراسات الانسانية و الاجتماعية،إصدار كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية،جامعة طاهري محمد بشار،ع8 ،ديسمبر 2018م.ص171-185

20- ريمة رحالة، التدوين المرئي النسوي وأثره في تشجيع السلوك الاستهلاكي دراسة مسحية على عينة من متابعات قناة Amira Riaa Life Style على اليوتيوب،مذركة ماستر ،كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية،جامعة محمد خيضر ،بسكرة ،الجزائر ،2018-2019 .

21- سمير محمد حسين، مرجع سابق، ص231.

22- أمال قرامي ، قراءة في محتوى بعض المدونات العربية من منظور الجندر، بحث مقدم في مؤتمر الاعلام الجديد :تكنولوجيا جديدة لعالم جديد،جامعة البحرين،7-9 أفريل 2009م، ص227.

الرمزية في التدوين المرئي النسوي الجزائري الساخر

قراءة سيميولوجية لمدونة نهلة TV السطايفية

د. خلالفة زينب (جامعة أم البواقي)
د. بوعنان أسماء(جامعة أم البواقي)

الملخص:

يشكل التدوين عبر الفيديو على شبكة اليوتيوب، أحد الأشكال الأساسية للتدوين المرئي النسوي الجزائري، ويمس العديد من المجالات والقضايا، كالجمال والموضة والطبخ، وأيضا الثقافة والفكر والصحة والمشكلات الاجتماعية، باستخدام أساليب جادة أحيانا، وساخرة وناقدة أحيانا أخرى. وعليه أصبحت المدونات المرئية أنساقا ذات طبيعة سيميائية، ذلك أنها تحمل العديد من أشكال التعبير الرمزية، من خلال خطاب ثري ومشبع بالرموز والإيحاءات. وستحاول هذه الدراسة كشف الإيحاءات والدلالات في المدونة المرئية الساخرة "نهلة TV"، وإبراز تجليات الرمزية في خطابها الألسني، كاشفة أشكالها وتمثلاتها من خلال أسلوبها الناقد الساخر، معتمدة على مقاربة "تودوروف".

الكلمات المفتاحية: الرمزية، التدوين المرئي النسوي، الساخر

Abstract:

Video blogging on YouTube is one of the principal forms of the Algerian feminist visual blogging. It covers many areas and issues such as beauty, fashion and cooking; or culture, thinking, health and social problems, using either serious styles or sarcastic and critical ones. Consequently, visual blogs have been converted to formats of a semiotic nature as they carry many forms of

symbolic expression through a rich discourse saturated with symbols and allusions. This study attempts to uncover the allusions and connotations of the sarcastic video blog "Nahla TV", and highlight the manifestations of symbolism in its discourse, revealing its forms and representations through its sarcastic and critical style adopting "Todorov" approach.

***Keywords**: symbolism, feminist visual blogging, sarcasm*

مقدمة:

اعتبر التدوين ظاهرة لصيقة بثورة الإنترنت، وبزيادة نفوذ شبكات التواصل الاجتماعي. فقد فتحت هذه الأخيرة المجال للكثيرين للتعبير عن أراءهم، وإبراز اهتماماتهم، ونشرها ومشاركتها مع الآخرين. وكما بدأ التدوين في البلدان الغربية بسبب توفر المناخ السياسي الذي يسمح بذلك، فقد اكتسح خلال السنوات الماضية الأخيرة البلدان العربية ومنها الجزائر. ولم يقتصر التدوين على القضايا السياسية، ولكنه استثمر في العديد من المواضيع والزوايا، فعالج الاقتصاد والرياضة والصحة والجمال وكل ما يهم المجتمع.

لقد كان التدوين في بداياته ذكوريا بامتياز، حيث شكل الفضاء الافتراضي المجال الذي يكتب فيه الرجال بكل حرية وطلاقة، لتكتسح المرأة هذا المجال مثبتة حضورها هي الأخرى، ومعبرة عن مشاركتها في مختلف مجالات الحياة، ولو أن هذا الحضور النسوي بقي محل جدل، خاصة فيما يتعلق بما يكتب وبمراكز الاهتمام فيه، التي كانت شبيهة بالعالم الفيزيقي المادي، حيث حصرت المرأة في حدود ضيقة، رسمتها وسائل الإعلام التقليدية والمجتمع ذو النزعة الذكورية.

إن اختلاف شكل وطبيعة المدونات بين النصية والسمعية والمصورة، سمح للمرأة الجزائرية بأن تشارك وتصنع مدوناتها النسوية، التي اهتمت بالموضة والجمال والديكور والطبخ، فضلا عن مدونات أخرى ذات طبيعة ثقافية وفكرية واجتماعية.

إن غنى المدونات النسوية الجزائرية بالمعاني والدلالات جعل منها نسقا سيميائيا بامتياز، يتمتع بأشكال تعبير مختلفة، مستخدما أنماطا وأشكالا من التعبير الرمزي المباشر والضمني. ذلك أنها أصبحت الفضاء أو العالم، الذي تنقل من خلاله رسائلها الواضحة أو المشفرة، باستخدام أساليب جادة أو ساخرة.

وعليه تهتم هذه الدراسة بإحدى المدونات النسوية على شبكة اليوتيوب YouTube، وهي مدونة "نهلة السطايفية" أو "نهلة TV" ، التي تهتم بالقضايا الاجتماعية التي تمس المجتمع، وتحتل فيها المرأة دورا مركزيا، باستخدام أسلوب ناقد ساخر، والتي تشكل نسقا سيميائيا رمزيا يستحق الاهتمام. وعليه تطرح الدراسة سؤالا جوهريا مفاده: كيف تتجلى الرمزية عبر الخطاب الألسني لمدونة "نهلة TV" ؟ وما هي الإيحاءات والدلالات الرمزية التي تنقلها عبر استخدامها للأسلوب التهكمي الساخر؟

وسنعالج هذه التساؤلات من خلال المحاور التالية:

أولا: الرمزية في الخطاب الألسني

ثانيا: المرأة الجز ائرية وعالم التدوين

ثالثا: المقاربة الرمزية "لتودوروف" كمقاربة للدراسة

رابعا: تحليل فيديوهات مدونة "نهلة TV"

استنتاجات

أولا: الرمزية في الخطاب الألسني

1-1- الرمز

يعرف قاموس **أكسفورد** الرمز أنه عبارة عن شيء يقوم مقام شيء آخر أو يمثله أو يدل عليه، لا بالمماثلة وإنما بالإيحاء السريع أو بالعلاقة العرضية أو بالتواطأ. [1]

ويعرف **بيرس** الرمز على أنه كل علامة مرتبطة بموضوعها بمقتضى تواضع. فبينما يحيل العارض على موضوعه بمقتضى سببية مادية، وتحيل الأيقونة على موضوعها بمقتضى سمات خاصة (التشابه)، فإن الرمز هو "علامة تحيل على الموضوع الذي تشير إليه بمقتضى قانون، يكون في العادة في شكل تداع لأفكار عامة". [2]

يقوم "الرمز" كما في تفسير **جاكوبسون** لنظرية **بيرس** على المجاورة المتواضع عليها بينه وبين المدلول والمكتسبة بالتعلم، لذلك لا يحصل الرمز إلا بقاعدة تحدد علاقة المجاورة، وهو ما يستلزم أدنى شبه أو علة أو اتصال خارجي مع المدلول، ومن هذا القبيل العلامات اللغوية.

إن تعريف "الرمز" بهذا الشكل يخرج عن الاستعمال المتعارف عليه في الأداب والفنون، وبرر **بيرس** هذا الخروج بالعودة إلى المعنى الأصلي لكلمة. Symbol ففي اللغة اليونانية كانت هذه اللفظة تعني الشيء الذي يلقى أو يرمى وبالتالي فهي تفيد عن طريق الاستعارة، العقد أو الاتفاق. [3]

تعد تعريفات **دي سوسير** وهيلمسلاف البديل الحذري لتعريف **بيرس**. **فدي سوسير** يسمي "رمزا" ما يطلق عليه **بيرس** اسم "أيقونة"، ويطلق **هيلمسلاف** من ناحيته تسمية "الرمزية" على جميع الأنظمة مثل الرسوم البيانية والألعاب، ويضع بين الأنظمة الرمزية جميع البنى القابلة للتأويل من دون أن تكون ثنائية المستوى، من قبيل التمثيلات أو الشعارات مثل الميزان كرمز للعدالة، والمنجل أو المطرقة كرمز للشيوعية، أو الأصوات المحاكية للطبيعة في المجال اللغوي. [4]

إن العلامات التي نتحدث عنها في هذا الصدد هي العلامات التي ينسخ فيها التعبير- اعتمادا على بعض قواعد الانعكاس- بعض الخصوصيات المسندة إلى

المضمون، وهذا هو نهج "البرهنة المعقدة". ويقترب هذا التعريف من التعريف الغالب في المنطق الصوري وفي الجبر وفي علوم أخرى مختلفة، ونفهم لماذا وقع الحديث في جميع هذه الحالات عن "الرموز"، وبالفعل توجد علاقة "برهنة معقدة" تجعل كل معالجة على مستوى التعبير تحدث تغييرات على مستوى المضمون. [5]

فلابد إذن – خاصة عند **دي سوسير**- من اشتمال الرمز على ربط طبيعي بين الدال والمدلول، أما عند غيره فالقضية توافق قياسي أو تداعي طبيعي للأفكار أو أشياء أو صور لها قيمة تذكيرية أو سحرية أو صوفية. ولكن الملاحظة المهمة أن هذا التوافق يحصل بين شيئين ينتمي أولهما إلى العالم الفيزيائي، بينما ينتمي الآخر إلى عالم المعنويات. [6]

1-2- الرمزية باعتبارها سيميائية

لقد حاولت الفلسفة الرمزية التي تزعمها **أرنست كاسيرر** في كتابه "فلسفة الأشكال الرمزية" أن تجد في الرمز مفتاحا لفهم طبيعة الإنسان من خلال اهتمامها بالأشكال اللغوية والفنية والميثولوجية التي تمثل وسيطا رمزيا يواجه به الإنسان الكون وما حوله، لتصبح هذه الأشكال عبر السنين نتاج تفاعل بين عالم الإنسان وعالم الواقع. لقد أورد **كاسيرر** جملة من المعطيات الأساسية تبرز اللغة في صورة أوسع من أنها مجرد أداة للتواصل، فاللغة خاصة الشفوية منها، تتقاسم مع سلسلة من الأنظمة التي تشكل في مجموعها أجزاء هامة من عالم الإنسان. هذه الأنظمة تتمثل في الخرافة والدين والعلم والتاريخ؛ فبهذه الوحدات استطاع الإنسان التعبير عن الواقع الطبيعي المادي بلغة الواقع الاجتماعي البشري، ومن ثم صرح أن "الإنسان حيوان رمزي في لغاته وأساطيره وديانته وعلومه وفنونه". [7]

إن نظام الرمزية الذي يمثل موضوع فلسفة الأشكال الرمزية **لإرنست كاسيرير** هو كذلك نظام السيميائية، وهو يؤكد ذلك بوضوح. قد يبدو في هذا الصدد أن الرمز يتماثل مع الأنموذج أو الرسم البياني – هي علامات أيقونية تقوم على البرهنة المعقدة

والتي تسمى في العادة تماثلية- إلا أن نظرة "كاسيرير" هي في الواقع أوسع. فالعمل الترميزي (الذي يمارس بالخصوص في لغة الكلام، وكذلك في الفن وفي العلم وفي الأسطورة) لا يهدف إلى تسمية عالم معروف من قبل، بل إلى إنتاج شروط معرفته نفسها. وتبعا لذلك فكل فكرة دقيقة وجادة لا تجد سندها الثابت إلا في الرمزية، وفي السيميائية التي تعتمد عليها. [8]

فثمة نظريات تطابق فضاء الرمز مع الفضاء الذي يذهب البعض إلى تعريفه على أنه سيميائي. من هذا المنظور يكون رمزيا ذلك العمل الذي يعبر الإنسان من خلاله عن ثراء التجربة منظما إياها في بنى للمضمون تقابلها أنظمة للتعبير.[9]

لقد كان الإنسان يوصف قبل **كاسيرر** بأنه "حيوان ناطق" ولما أضفى البعد الرمزي على ذكائه وخياله ارتقى إلى منزلة "الحيوان الرامز"، إذ لم يعد "العقل" يتسع ليشمل فيض المعنى" والسيولة الرمزية التي تتولد عن الثراء الثقافي الذي يولد فيه الإنسان، ويعيش في وسطه. إن الرموز هي التي تضفي الدلالة على حياة الإنسان، وهذا ما نلمسه في الأسطورة والدين واللغة والفن وكافة الأشكال الرمزية. [10]

وهكذا يتطابق السيميائي والرمزي في بنيوية **ليفي ستراوس** حيث "يمكن اعتبار كل ثقافة على أنها مجموعة من الأنظمة الرمزية نجد بداخلها في الموضع الأول اللغة، والقواعد الزوجية والعلاقات الاقتصادية والفن والعلوم والدين".

ويتطابق السيميائي والرمزي أيضا عند **لا كان** من بين المستويات الثلاث للحقل النفسي "الخيالي والواقعي والرمزي".[11]

بعد ذلك منح الناقد والسيميائي تودوروف الرمز مدلولا شاملا يتضمن كل أشكال المجاز، بحيث يكون للكلمة مدلول آخر غير معناها المعجمي، فكلمة "لهيب" مثلا إذا وظفت توظيفا استعاريا قد ترمز إلى الحب، ثم يعلل **تودوروف** ذلك بأن العلاقة في صلب الرمز بين الرامز والمرموز ليست ضرورية، إذ أن الرامز وأحيانا المرموز

يوجد أحدهما مستقلا عن الآخر، ولهذا السبب "فإن العلاقة لا يمكنها إلا أن تكون سببية"، وإلا فليس هناك ما يبرر. هذا الاحتفاء بالرمز غزى جميع الدوائر بما في ذلك الأدب الذي انضم الى حقل الدراسات السيميائية، ولم يبق بمعزل عما يجري من نقاش حول الرمزية، وهذا ما أدى الى ظهور سيمياء الأدب التي أصبحت تَعتبر الخطابات بمختلف أنواعها كأنظمة رمزية تنتج المعنى وتصوغ عالم الثقافة. [12]

لقد اهتم تودوروف على وجه الخصوص بالمؤشرات أو القرائن النصية التي تدفع المتلقي إلى اعتبار النص "ذو طبيعة رمزية"، وهذه المؤشرات من شأنها أن تقنعه بضرورة العدول عن المعنى الأوّل للنص والبحث عن معانيه الثانوية. وعملية الانتقال لا يمكن أن تنجز إلا متى جرى الكلام في النص على غير المألوف المعتاد، أي أن النص نفسه يبوح بأسراره، يكشف عن طبيعته، يومئ إلى محموله

الرمزي. لهذا وجب التقاط هذه المؤشرات ورصدها ثم تطويقها داخل النص.[13]

ويمكن اعتماد المفتاح الدلالي التالي لتحديد الرمزية: نتوفر على رمز كلما أوحت سلسلة من العلامات إلى معنى **غير مباشر**، إضافة إلى المدلول المنسوب إليها بصفة مباشرة، اعتمادا على نظام من الوظائف العلامية.[14] ويركز **تودوروف** على البنية اللغوية، ويعني بذلك دورها في عملية التأويل. فهو يهتم برمزيتين اثنتين: "الرمزية المعجمية" وهي الرمزية التي تشع بها بعض الدوال أو أشباه الجمل، و"الرمزية الموصولة بالجمل" وهي الرمزية التي ترهص بها جمل مكتملة البناء، تامة العناصر، مهملا أشكالا أخرى من الرمزية مثل الرمزية الصوتية والرمزية البصرية. وقد أشار في هذا السياق، إلى أن الملفوظ إذا أخذ معنيين أو أكثر، بعضها جاء على الحقيقة وبعضها جاء على المجاز أو الرمز، فإن الثاني - المعنى الرمزي- لا يلغي المعنى الأول -المعنى المعجمي- ولا ينفيه. المعنيان يظلان حاضرين معاً وإن اختلفا في طريقة الحضور، فالمعنى الرمزي لا يمحو المعنى المباشر محوا كاملا وإنما يظل يحيل عليه بطرائق شتى.[15]

لقد كان **تودوروف** يدرك أنه إزاء مشابهات عائلية – حتى وإن لم يستعمل هذه العبارة- "ليست لدي نظرية جديدة للرمز أو نظرية تأويل جديدة أعرضها...أنا أحاول أن أحدد إطارا يسمح لي بأن أفهم كيف تسنى وجود نظريات متعددة مختلفة، وتفريعات متعددة متناقضة، وتعريفات متعددة متعاكسة...لا أحاول أن أقررما هو الرمز وما هو التمثيل، أو كيف العمل لأجد التأويل الصحيح. بل أحاول أن أفهم ما هو معقد ومتعدد وأن أحافظ عليه، إن أمكن ذلك." [16]

ثانيا: المرأة الجز ائرية وعالم التدوين

تكشف العديد من المصادر أن أصل كلمة تدوين أو لفظ المدونات يأتي في اللغة العربية في عدة مواضع ليشير إلى معاني ودلالات مختلفة كَدُونَ بمعنى فوق، والديوان مجتمع الصحف، وهو أيضا الدفتر يكتب فيه أسماء الجيش وأهل العطاء كما يقول ابن الأثير، ودونه تدوينا، بمعنى جمعه ومعانيه خمسة: الكتبة ومحلهم والدفتر وكل كتاب ومجموع الشعر. وبالتالي يقترب معنى المدونة ودلالتها من شكلها البرمجي والتقني، كونها تجمع بين ثنايا صفحاتها الإلكترونية - ووفق المجال الذي تتيحه مواقع ومنصات الاستضافة - عددا من المواد الإعلامية المتنوعة. [17]

يتكون مصطلح المدونات **weblog** المأخوذ من اللغة الإنجليزية من كلمتين هما: ويب web وتشير إلى الشبكة الدولية للمعلومات، ولوغ log وتعني تسجيلا أو دفترا، لتصبح الكلمة سجلا لتدوين الملاحظات على الويب. والمدونة هي صفحة إنترنت تظهر عليها تدوينات صاحبها أو أصحابها مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا أو تنازليا، تصاحبها آلية لأرشفة التدوينات القديمة. ويكون لكل تدوينة عنوان دائم، مما يمكن القارئ من الرجوع إليها في وقت لاحق. وتمكن المدونات المستخدم من نشر ما يريد على الإنترنت مع إمكانية حفظ ما ينشر بطريقة منظمة يمكن الرجوع إليها، كما تمكن قراءها من إدخال تعليقاتهم على ما يقرؤونه على الصفحة مباشرة أو عبر البريد الإلكتروني للمدون. [18]

وكما تتنوع مواضيع المدونات فمنها السياسية والثقافية والاجتماعية والدينية تتنوع أشكالها أيضا فمنها النصية أو المكتوبة ومنها ما يكون على شكل فيديو صوتي أو مسموع، ومنها المرئية أيضا.

فيعتبر استخدام الفيديو في التدوين إضافة أخرى إلى المدونات العامة والمدونات السمعية. وتتشابه مدونات الفيديو Vidéo blogs أوVlogs - كاسم مختصر- إلى حد كبير مع المدونات السمعية باستثناء استخدام الفيديو في نقل الفكرة أو الحدث أو الواقعة بدلا من الصوت، ويتم توظيف كافة الخدمات الأخرى معه، ويمكن تحميلها من الشبكة تلقائيا إلى المشاركين فيها على الحاسب الشخصي أو الأجهزة المحمولة المجهزة لذلك، أو عند الطلب.[19]

وهناك العديد من المواقع الخاصة بنظم إدارة مصادر المحتوى المفتوحة مثل Word Press التي تتيح للمدونين استضافة وإدارة موقعهم الخاص بمدونات الفيديو. وأصبحت أجهزة التلفزيون والكاميرا الرقمية تحقق مبدأ التقارب، الذي يسمح بنشر محتوى الفيديو على الويب كما تم تسجيله.[20]

ولم يعد فعل التدوين حكرا على الرجال فقط، فقد اقتحمت المرأة أيضا العالم الافتراضي أيضا، وأصبح لها عالمها الخاص الذي تنشر فيه أفكارها وأراءها ومشكلاتها واهتماماتها بشكل عام في إطار ما يعرف "بالتدوين النسوي". فالنسوية حسب **معجم أكسفورد** هي" الاعتراف بأن للمرأة حقوقا وفرصا مساوية للرجل"، كما تعرف بأنها "النظرية التي تنادي بمساواة الجنسين سياسيا واقتصاديا واجتماعيا، وتسعى إلى دعم المرأة واهتماماتها، وإزالة التمييز الجنسي الذي تعاني منه".[21]

ففي العالم الرقمي تحررت المرأة أكثر مما كانت عليه في الأزمنة الغابرة، وزجت بجل المخاوف في الزمن الماضي، فاستطاعت أن تغير من صورتها النمطية التي سوقت لها كثيرا وسائل الإعلام، بعد أن أتاحت التكنولوجيا الرقمية للمرأة أن تنتج أفكارا وتنشأ حوارات وتبادلات وأن تتواصل مع الآخر.[22]

وهنا نجد أن المرأة بقيت حبيسة النسق الثقافي والاجتماعي التقليدي للأسرة العربية، فأعادت إنتاج نفس الأنماط الاتصالية التي مارستها في العالم الحقيقي ألا وهي الإفصاح عن همومها ومشاكلها ومشاعرها، ومشاركة الآخر الافتراضي لها، تماما مثلما كانت تقوم به مع صديقاتها أو المقربات إليها اجتماعيا في عالمها الحقيقي. [23]

إن التباعد والانطواء لم يسعف المرأة الجزائرية في ظل المعطيات التكنولوجية الراهنة، إذ أنه من الناحية النظرية أضحى بإمكانها صياغة خطاب افتراضي جديد يجابه التنميطات الرمزية والتمثلات المخيالية المهيمنة ويجاوزها، وينخرط انخراطا عضويا في رهاناتها النقدية. كما أصبح بإمكان المرأة الجزائرية إنتاج محتواها التواصلي الخاص بها، والذي بإمكانه أن يقفز على رتابة ورداءة الخطاب الإعلامي السائد.[24]

هذا الانخراط النسوي الجزائري في العالم الافتراضي نلمسه من خلال تعدد المدونات وتنوع مواضيعها. وكما تنوعت مواضيع المدونات، فقد تنوع أسلوبها بين الجد والسخرية أو الطابع الكوميدي أو الهزلي خاصة عند عرض المواضيع التي تشغل بال الفرد الجزائري وتشكل مفارقة في حياته، وهو الأسلوب الذي استعملته "نهلة السطايفية" ومدونتها على اليوتيوب التي تعرف "بنهلة TV".

لقد ظهر مفهوم "الكوميديا الساخرة" كنوع من أنواع الدراما، تكون غايته إضحاك الناس بأسلوب ساخر تظهر صاحبها بصورة هزلية، تفضح سلوكياته الناقصة أمام المشاهد، وتجعل المشاهد لا يقلدها ويشعر بالحرج في حالة تكرارها.[25]

فالكوميديا عبارة عن تمثيل للعيوب أو الرذائل التي تثير الضحك، ومن شأن الحل الكوميدي أن يكون ممتعا. ولكن لابد أن نفرق بين الكوميدي والمضحك، فالصلة بين هاتين الفكرتين هي صلة السبب بالنتيجة. فالضحك يمثل حالة من حالات النفس الإنسانية في لحظة سرور، أما الثاني فيتعلق بموضوع يؤذينا ويثير حفيظتنا في نفس الوقت الذي نلهو ونمزح فيه. [26]

إن استخدام السخرية أو الكوميديا في الأنساق السيميائية على اختلاف أنواعها عادة ما يجعلها مليئة بالمعاني والدلالات الرمزية، وهو ما سنحاول إبرازه من خلال تحليل فيديوهات للمدونة "نهلة السطايفية".

ثالثا: المقاربة الرمزية "لتودوروف" كمقاربة للدراسة

اعتمدت الدراسة على المقاربة النظرية لـ "تيزفيتان تودوروف"، التي تركز على استخراج المعاني والأبعاد والدلالات الرمزية في الخطاب الألسني، خاصة ما إذا كان هذا الخطاب ساخرا ومشبعا بتلك المعاني والدلالات. فهي ترنو إلى تأويل كل أشكال الخطاب والنصوص كالمقالات والتغريدات، خاصة في فضاء الإعلام الجديد. وهو ما سنطبقه، من خلال استغلالها وتطويعها لاستخراج الرمزية في المدونة المرئية الساخرة "نهلة TV".

وقد تم تطبيق مقاربة "تودوروف" من خلال مجموعة من الخطوات تتمثل في:

***البنية اللسانية**: التي تدرس التقابل بين بين الرمزية المعجمية والرمزية المقترحة، ويتم فيها اكتشاف التأويل المباشر والتأويل غير المباشر؛ حيث يصبح النص أو الخطاب رمزيا في الوقت الذي نكشف فيه بفعل التأويل معنى غير مباشر. [27]

***تسلسل المعاني**: أي اكتشاف نقاط التلاقي بين المعاني المباشرة والمعاني غير المباشرة عير تحديد نوع الخطاب، فالخطاب الغامض يعني وجود معان متعددة لنفس اللفظ، وهذا الغموض يمكن أن يكون على مستوى النحو، المعنى أو في التداول. أما الخطاب الحرفي فهو الذي يحمل دلالة دون أن يستثير أي عنصر، في حين أن الخطاب الشفاف هو الذي لا يعير الانتباه للمعنى الحرفي.

***الاستثارة الرمزية**: وهي الخيار الذي يقوم به المتلقي في نفس وجهة الاستحضار الرمزي ذاته، كالمحافظة على نفس المعاني عند ترجمتها من لغة إلى أخرى.

***التمييز بين التلفظ والملفوظ**: التمييز بينهما لدى "تودوروف" يسمح بفهم التأثير الذي يقيمه سياق الملفوظ على معنى التلفظ. فالتلفظ جزء من الخطاب ينتج

عن فعل الكلام، والملفوظ يشير إلى سياق الكلام، من شكل التلفظ وفي أي سياق. إذ يمكن للسخرية أن تجسد هذا الفرق بشكل جيد، ووجود السياق هو الذي يجعلنا نفهم المعنى بطريقة مختلفة. [28]

* **السياق التركيبي والاستبدالي**: ويقصد به مدى تجلي البنية المنطقية ولا محدودية المعنى. [29]

يقول "تودوروف" أن "النص أو الخطاب يصبح رمزيا في الوقت الذي نكتشف فيه – بفعل التأويل- معنى غير مباشر. فقرار التأويل يحتاج إلى **مبدأ الملاءمة**، فإذا وجد الخطاب، فيجب أن يكون هناك سبب لذلك.

فتصور "تودوروف" يعتبر في سياق دراسته لعلاقة الرمز بالتأويل، أي أن النص أو الخطاب لا يصبحان رمزيين إلا انطلاقا من اللحظة التي نكتشف فيها بفضل عملية التأويل معنى غير مباشر، لذلك فإن المتلقي يفهم الخطاب لكنه يؤول الرموز. [30]

رابعا: تحليل فيديوهات مدونة "نهلة TV"

1-4- عينة الدراسة:

لقد وقع الاختيار في هذه الدراسة على المدونة **نهلة السطايفية**، والتي تنشر مدوناتها عبر الانستغرام، الفيس بوك، والتيك توك، وقناة على اليوتيوب أنشأتها في أكتوبر2015، والتي بلغ عدد مشتركيها حتى الوقت الحالي 993 ألف مشترك بمعدل مشاهدة 282 509 109. وهي تعرف بنفسها في الصفحة التعريفية للقناة: "أنا نهلة 23 سنة، وراح تتعرفو عليا أكثر من خلال فيديوهاتي الكوميدية، الفلوقات، النصائح والمنوعات التي ستكون في قناتي".

حسب الفيديوهات المنشورة على القناة فقد بدأت في مجال الروتينيات اليومية، ثم انتقلت من 2018 إلى مجال الكوميديا الساخرة والنقد الساخر لمختلف القضايا ذات الطابع الاجتماعي من خلال المواقف والشخصيات النسوية، فهي

تستحضر المرأة دوما كشخصية محورية في مدونتاها، وتتوجه بخطابها الألسني إليهن مباشرة، بتوظيف لهجة دارجة سطايفية عفوية مع بعض العبارات والكلمات بالفرنسية، ركيكة أحيانا ومتقنة أحيانا أخرى حسب السياق، مستعينة بلغة جسد جد معبرة.

اعتمدت الدراسة على عينة قصدية من مجموع الفيديوهات المنشورة على قناة المدونة "نهلة TV" على اليوتيوب، حيث تم مراعاة التنوع في المواضيع التي تم التطرق إليها من قبلها. وقد وقع الاختيار على 6 فيديوهات تعالج المواضيع التالية: التنمر، التوظيف في الإدارة الجزائرية، اليوتيوبرز، التعليم، تربية الأبناء والغناء في الجزائر.

أما اختيار العبارات فقد تم بمعدل عبارة واحدة في كل فيديو من الفيديوهات المذكورة، ذلك أن التحليل يمس النسق الألسني فقط، دون التطرق إلى النسق البصري أو الصورة.

4-2- الفيديوهات المحللة:

<u>الفيديو1:</u> <u>التنمرفي الجز ائر</u>

العبارة: "bonjour ااااا الطبيبة bonjour حالتي النفسية راهي في تدهور وتقهقر مستمر من التنمر تع العباد عليا، أنا قليلة صحة مطرق شوا كيما تقلي وحدا جارتنا".

***البنية اللسانية :**

قابلت المدونة في هذا الفيديو بين عبارتين، الأولى تحدثت فيها عن تأثر حالتها النفسية وتدهورها بسبب تنمر الناس عليها، والثانية تحدثت فيها عن السبب أو العلة وراء ذلك وهي ضعف بنيتها الجسدية، وشكل جسدها الذي تظهر عليه النحافة، مما

أدى بجارتها إلى تشبيهها بـ"مطرق الشوا"، وهي عبارة معروفة ومستعملة في الدارجة الجزائرية.

وتعكس العبارتين حجم الألم الذي تشعر به الشخصية المتنمر عليها، خاصة وأنهما جاءتا في شكل حوار بين الطبيبة النفسانية، وإحدى الفتيات التي زارت عيادتها.

***تسلسل المعاني:**

نقلت المدونة معاني الرفض والتذمر من التنمر عليها، والذي ترك بداخلها حالة من الإحباط النفسي استدعت توجهها للطبيبة النفسانية طلبا للمساعدة، مستعملة ألفاظا واضحة المعاني والدلالات، وأخرى ضمنية ولكنها مفهومة وواضحة في المخيلة الجماعية.

***الاستثارة الرمزية:**

تستحضر المدونة هنا دلالات رمزية كامنة في الذاكرة والمخيلة الجماعية، عندما استعملت لفظ "مطرق الشوا" والذي يرمز إلى ضعف البنية ونحالة الجسم، بشكل لافت ومثير. فكما هو متعارف عليه، فهذا "المطرق" يكون عادة من خشب أو حديد ولا يتجاوز سمكه بضع ميليمترات، كما أنه يحمل عادة طولا معينا، مما يجعله يبدو نحيفا.

كما عبرت المدونة بلهجة ساخرة وبألفاظ واضحة ومباشرة، عن لجوء الأفراد إلى التنمر على بعضهم البعض، وأبدت غضبها ورفضها وألمها خاصة عند استعمال حرف "ااااا" والذي ينم عن الشعور بالألم، نتيجة ما يتركه من آثار سلبية مدمرة لنفسية الأفراد بشكل دائم ومستمر طالما استمر التنمر عليهم.

هذا ويمثل اللجوء إلى الطبيبة النفسانية هنا، رمزا للبحث عن الحل وعن الدواء لدى شخص كفئ ومخول لإبداء النصيحة، وقادر على وضع حل ونهاية للمشكلة.

***التمييز بين التلفظ والملفوظ:**

إن الألفاظ التي وظفتها المدونة قد عبرت عن جوهر وصميم الفكرة التي تعالجها من قبيل "تنمر، تدهور، تقهقر"، وكذا عبارة "مطرق الشوا"، والتي تستنطق من خلالها الاستهجان والاستنكار الفردي والمجتمعي لهذا السلوك.

***السياق التركيبي والاستبدالي:**

إن الحديث عن ظاهرة التنمر واستهجانه عرف تركيزا كبيرا في السنوات الأخيرة وذلك بعد الانتشار الكبير لهذه الظاهرة في العالم الافتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفي ظل هذا السياق نجد المدونة قد أثارت هذه القضية، مع إبراز استمرار وجود التنمر في الواقع والحياة الفعلية تقول مخاطبة الطبيبة النفسانية "هاكي تشوفي حالتي انا قليلة صحة، مطرق شوا كيما تقولي جارتنا".

وتحيل هذه العبارات إلى ما يعرفه المجتمع من انحدار قيمي وأخلاقي في ظل غياب الوازع الديني قبل الإنساني، فالمدونة ركزت على التنمر المرتبط بخلق نهى عنه المولى عز وجل في محكم تنزيله، داعيا إلى عدم سخرية الأفراد بعضهم من بعض، وجعله من أشكال الظلم التي تستوجب التوبة منها.

<u>الفيديو 2: التوظيف في الإدارة الجز ائرية</u>

العبارة: "لازم يكون عندك مستوى التشناف والتخنزير عال جدا لأنو نمشيو تحت شعار: ذل المواطن، متحلبش المواطن، حفي سباط المواطن".

***البنية اللسانية:**

جاءت العبارة في صيغة الغائب، فكأنما هناك شخص يوجه الكلام لشخص آخر. كما أنها جمعت بين فكرتين مختلفتين، ولكنهما متكاملتين، وكأن الأولى سبب والثانية نتيجة حتمية لذلك السبب.

فكان الاستهلال في الجزء الأول من العبارة بذكر مجموعة من الشروط من أجل التوظيف في الإدارة الجزائرية، والتي قدمت بألفاظ تحيل مباشرة إلى معنى السخرية والتهكم " لازم يكون عندك مستوى التشناف والتخنزير عال". أما الجزء الثاني فقد جاء في شكل شعار يحدد طرق التعامل مع المواطن " ذل المواطن، متحلبش المواطن، حفي

سباط المواطن"، والذي استخدمت فيها المدونة عبارات بسيطة بالدارجة الجزائرية، ولكنها مليئة بالمعاني والدلالات الرمزية.

***تسلسل المعاني:**

مزجت المدونة بين العديد من المعاني المباشرة والضمنية لنقل أفكارها باستخدام أسلوبها الساخر والتهكمي، حيث عبرت عن امتعاضها ورفضها لشروط التوظيف في الإدارة الجزائرية، والناجمة أساسا عن غياب الكفاءة والمعايير الواجب توفرها عند التوظيف، وقد خصت المرأة تحديدا بهذا الخطاب، وربما يرجع الأمر إلى تفوق العنصر النسوي على الذكوري في الإدارات الجزائرية عموما. حيث نجد أنها حصرت هذه الشروط والمعايير في الجانب الأخلاقي "لازم يكون عندك مستوى التشناف والتخنزير عال جدا"، ولكنها ذكرتها في بعدها العكسي أي المذموم مما يعطي بعدا رمزيا عاليا لحديثها.

كما ركزت في العبارة محل التحليل على طريقة تعامل الموظفات مع المواطن "شعارنا ذل المواطن، متحلبش المواطن، حفي سباط المواطن"، وكأن الموظفات لسن موجودات لخدمة المواطن، وإنما لجعله يتعب ويشقى، ويتنقل من إدارة إلى أخرى لأجل قضاء مصالحه.

وقد كان لتوظيفها هذه العبارة، بألفاظها وإيقاعها دور هام في تبليغ الرسالة، وإيصال معانيها الظاهرة والكامنة مع مستوى عال من الرمزية.

***الاستثارة الرمزية:**

تكمن الاستثارة الرمزية في هذه التدوينة في السخرية من تدني المستوى التعليمي والأخلاقي للموظفات في الإدارة الجزائرية، وعدم توفرهن على أدنى مهارات الاتصال والتواصل، من خلال استخدام المدونة ألفاظ "التشناف، التخنزير". كما عبرت المدونة عن طبيعة وحجم معاناة المواطن مع هذه الفئة من الموظفات نفسيا وجسديا وتعطيل مصالحه، وطبيعة الخدمات التي يتحصل عليها، واختزلتها في "أننا نمشيو تحت شعار ذل المواطن متحلبش المواطن حفي سباط المواطن".

***التمييز بين التلفظ والملفوظ:**

وظفت المدونة العديد من الألفاظ والعبارات التي مكنتها من عكس الاستثارات الرمزية، منها "الذل، التخنزير، التشناف"، بما يجعل كل متابع لها يستحضر تجربته الشخصية في كل مرة يشاهد فيها الفيديو، وبما يوحى بحالة الاستياء، وعدم الثقة وعدم الرضا لدى المواطن من خدمات الإدارة الجزائرية.

***السياق التركيبي والاستبدالي:**

إن المدونة ومن خلال العبارة الخاصة بالفيديو المذكور أعلاه تروج وتستند في الوقت ذاته للصورة السائدة عن موظفات الإدارة في المجتمع الجزائري، من خلال إبرازها العديد من السمات التي تميزهن "مستوى عال من التخنزير والتشناف"، وكذا طريقة تعاملهن مع المواطن، ومستوى الخدمات التي يقدمنها، وهي بذلك عبرت عن المزاج العام الناقد والناقم على الممارسات والسلوكيات الصادرة عن الموظفات في الإدارة.

<u>الفيديو 3</u>: اليوتيوبرز والبوز

العبارة "علابالي مكنتش نبان maisأنتم برك مكنتوش متولهين، باسكو كنت ندير كل يوم لي ستوري لي فيديو، لقيتكم تموتو على التقرعيج، تموتو على الحياة الشخصية دسيديت نبارتاجي معاكم بلي رانيensinque"

***البنية اللسانية**

مزجت المدونة في هذه العبارة بين الدارجة الجزائرية البسيطة، وبين اللغة الفرنسية، ولكن باستخدام لغة ركيكة تحمل بعض الأخطاء في إشارة إلى المستوى التعليمي والثقافي للشخص الذي كتبها.

تناولت المدونة في هذه العبارة المحتوى الذي تقدمه المدونات على صفحاتهن أو قنواتهن، والذي ينم عن انتشار حب الظهور والشهرة بالمحتوى السطحي والتافه والمقلد، والذي لا يخرج عن إطار نشر حياتهن الخاصة ويومياتهن بهدف تحقيق buzz. وقد ربطت ذلك بهوس المتابعات في متابعة هذه المحتويات، ومعرفة جديد المدونات:

"لقيتكم تموتو على التقرعيج، تموتو على الحياة الشخصية، دسيديت نبارتاجي معاكم بلي راني ensinque".

*تسلسل المعاني:

عبرت المدونة عما تريد قوله من معاني ظاهرة وضمنية بلغة بسيطة سلسة واضحة، وهي اللغة السائدة عند اليوتيوبرز محل النقد، مع توظيف عبارات متناقضة في اللفظ متطابقة في المعنى، وذلك في السخرية من كثرة الظهور"علابالي مكنتش نبان...باسكو كنت ندير كل يوم لي فيديو ولي ستوري". كما بينت في عبارتها أيضا سخريتها ونبذها لهوس المتابعات للحياة الشخصية لليوتيوبرز، بالرغم من تقديمهم ليومياتهم وأمورهم الشخصية التي لا فائدة من معرفتها.

*الاستثارة الرمزية:

تنتقد المدونة بلغة تهكمية مزجت فيها بين الدارجة والفرنسية الركيكة والخاطئة في التلفظ "راني ensinque"، دلالة على تدني المستوى التعليمي ومحدودية الفكر لدى هذه الفئة من اليوتيوبرز، وهو ما ينعكس في عدم قدرتهن على انتاج محتويات ذات قيمة وفائدة، وتوجههن إلى نشر تفاصيل حياتهم الخاصة. وضمنيا تتهكم المدونة أيضا على المستوى التعليمي والفكري للمتابعات لهذه الفئة من اليوتيوبرز، واللاتي لا شاغل لهن سوى متابعة يوميات وتفاصيل حياة الأخريات.

لقد نجحت المدونة في نقل المعاني والدلالات، باستخدام أسلوب لغوي مشبع بالرمزية، ومناسب للسياق الذي استعمل فيه.

*التمييز بين التلفظ والملفوظ:

وظفت المدونة الألفاظ المتداولة في مجال التدوين، بما عكس بكل وضوح المعاني المباشرة "لي ستوري، لي فيديو، نبارتاجي"، وما تضمنته من ايحاءات عن هوس اليوتيوبرز بالشهرة ونشر يومياتهم. كما وظفت التعابير الحاضرة في المخيلة الجماعية

والشعبية "تموتو على التقرعيج"، للتعبير عن هوس التطفل عند المتابعات للحياة الخاصة لليوتيوبرز.

***السياق التركيبي والاستبدالي:**

جاء تناول المدونة وانتقادها للمدونات الجزائريات وخاصة "اليوتيوبرز" في سياق بداية انتشار ظاهرة التدوين النسوي في الجزائر، وتوجه معظم المدونات لتقديم محتوى سطحي مقلد وغير هادف يتمحور خاصة حول الحياة اليومية لهن، ويمكن ملاحظة ذلك بتصفح اليوتيوب والفيديوهات الأكثر تداولا وعدد الاشتراكات والمشاهدات، وباعتبارها إحدى المدونات ما يمنحها قدرا من الإطلاع على ما هو رائج فعلا من محتويات دفعها لتناول الموضوع بالنقد.

كما لفتت المدونة الانتباه أيضا إلى فئة المتابعات للتدوين النسوي، وأشارت إلى طبيعة اهتمامهن، ومدى تجاوبهن مع المضامين المقدمة بالرغم من بلادتها وسطحيتها الواضحة.

<u>الفيديو4</u>: الأم الجز ائرية كتحب ترقد ولدها

العبارة: "ارقد ارقد ااارقد لا نجيبلك هبا، ارقد لا نجيبلك بعو، ااارقد لا نجيبلك حمار القايلة".

***البنية اللسانية:**

استعملت المدونة في هذه العبارات عدة ألفاظ تعكس أسلوب التخويف والترهيب، وفقا للدارجة الجزائرية. فكل الألفاظ تشير إما إلى حيوانات أو إلى شخصيات وهمية "هبا، بعو، حمار القايلة"، وظيفتها إثارة الخوف والرعب لدى الطفل.

فقد تناولت المدونة في الفيديو فكرة تدور حول المجهود الذي تبدله الأم الجزائرية عند تنويمها لطفلها أو رضيعها، والأسلوب الذي تستعمله في ذلك، والذي يبرز عصبيتها وقلقها، مما يجعلها تلجأ لأسلوب التخويف والترهيب، معتمدة على ألفاظ وكلمات راسخة في الموروث والمتخيل الشعبي.

***تسلسل المعاني:**

لم تخرج المدونة عن إطار توظيف الدارجة بألفاظ وعبارات واضحة سلسة مع تكرار لفظ "ارقد اارقد ااارقد"، مع تصعيد اللهجة في كل مرة تكرر اللفظ، بما يدل قطعا على قلق الأم ورغبتها في تنويم الطفل. معتمدة أسلوب الترهيب والتخويف.

***الاستثارة الرمزية:**

استعارت المدونة العبارة أعلاه من الموروث الشعبي، حيث يفهم معناها ضمنيا. فلفظ "هبا" يرمز إلى الكلب، و"بعو" يعني الغول أو المخلوق الذي يثير الرعب لدى الأطفال، و"حمار القايلة" والتي تحيل إلى المعنى المباشر للحمار الذي يأتي وقت القيلولة والناس نيام، فيثير الخوف والهلع لدى الأطفال. أما تصعيد اللهجة وزيادة قلق الأم وتعبها، فيمكن أن نلمسها من خلال الضغط على كلمة "ارقد" والتي تصبح مرة "اارقد" ثم "ااارقد".

كما يرمز استخدام الألفاظ والكلمات إلى الأسلوب الذي تعتمده الأم الجزائرية في تنويم أطفالها، فهو أسلوب تميزه العصبية، والتعامل مع الطفل بالتخويف والترهيب، بدل استخدام أسلوب تربوي وعاطفي، من شأنه حماية الطفل نفسيا وذهنيا.

***التمييز بين التلفظ والملفوظ**

وظفت المدونة ألفاظا واضحة مفهومة لدى كل المتابعين باعتبارها جزء من الموروث الشعبي، وتضمنت الفكرة العامة للفيديو الذي عنونته "بالأم الجزائرية كتحب ترقد ولدها" وعبرت عنها بحالة الخوف والرهبة التي تثيرها في نفسية الرضيع بعبارات "نجيبلك هبا ارقد لا نجيبلك بعو..."، بما يوحي ضمنيا تذمر الأم عند تنويم الرضيع أو الطفل الصغير، وجهلها بأبجديات التربية الحديثة على الرغم مما وصلت إليه من مستوى تعليمي وحتى معيشي أفضل من الأمهات في فترات زمنية سابقة.

***السياق التركيبي والاستبدالي:**

عبرت المدونة عما هو رائج ومتداول بين الأسر الجزائرية، وخاصة نظرة الأمهات التقليديات للأمهات العصريات ونلمس ذلك في المجال العام الواقعي والافتراضي، ولا سيما صفحات الفايسبوك التي تضج بمئات النكث والمنشورات عن الأمهات

العصريات، وتهكم معظمها على عدم قدرتهن أو تهربهن من تحمل مسؤولية إنجاب الأطفال والعناية بهم، وهو ما جسدته المدونة في مسألة تنويم الطفل- في مقابل انشغالهن بأمور جانبية- لدرجة استعمال عبارات شديدة القسوة. وهذا بالرغم من انتشار الكثير من الدراسات والأبحاث المتخصصة التي توصي بأهمية العناية بالرضيع نفسيا وجسديا، والتحذير من أن أي نقص يعانيه الطفل في هذه المرحلة سيؤثر على بناء شخصيته المستقبلية.

كما يمكن أن نلمس بعدا آخر من خلال العبارة، وهو اقتداء الأمهات العصريات بالأمهات التقليديات في بعض المسائل، والدليل على ذلك استعمال ألفاظ لها دلالات تمتد جذورها للموروث الشعبي القديم، وابتعادهم عن النظريات والأساليب الحديثة في التربية وعلم النفس.

الفيديو 5: المعلمين وليكور في الجز ائر

العبارة: "بعد شهر من العودة إلى المدرسة، خصصتلكم عشر دقائق تع الحصة تع اليوم باش نحكيلكم على ليكور على الدروس الخصوصية، على التنمية تع الفكر تاعكم والتنمية تع الجيب تاعي".

***البنية اللسانية:**

تتناول العبارة ظاهرة انتشرت كثيرا في الآونة الأخيرة في المدرسة الجزائرية وفي الأوساط التربوية، ألا وهي "الدروس الخصوصية"، أو كما عبرت عنها المدونة بلغة فرنسية عربت "ليكور". وقد استخدمت المدونة ألفاظا بسيطة تحمل معان ودلالات مباشرة، جاءت في شكل خطاب موجه مباشرة لتلاميذ المدارس. وقد ركزت العبارة على بعدين؛ يتعلق البعد الأول بالتلميذ وبتطوير قدراته العلمية والفكرية "التنمية تع الفكر تاعكم"، والبعد الثاني وهو الذي يشكل جدلا كبيرا في المجتمع الجزائري، وهو البعد المتعلق بالمعلم " التنمية تع الجيب تاعي". هذا وتلفت مسألة الزمن النظر أيضا في العبارة وفي تمثيل فكرة الفيديو، من خلال الحديث عن مسألة الدروس الخصوصية شهر بعد عودة التلاميذ إلى المدارس.

***تسلسل المعاني:**

حملت العبارة معنى مباشر "باش نحكيلكم على ليكور، على الدروس الخصوصية"، والعديد من المعاني الضمنية؛ حيث استعارت المدونة من منشطة حصة "ألحان وشباب" جملة العودة إلى المدرسة، في تشبيه لحال المدرسة الجزائرية بحال مدرسة "ألحان وشباب". أما في عبارة "التنمية تع الجيب تاعي"، فقد عبرت عن تفكير المعلم بمنطق تجاري ومادي في مجال يفترض أنه علمي وفكري.

***الاستثارة الرمزية:**

بلغة دارجة ساخرة صريحة ومباشرة، انتقدت المدونة عدم اهتمام المدرسة الجزائرية بالعملية التعليمية، التي أصبح حالها شبيه بحال مدرسة "الحان وشباب" الفنية. وعبرت عن المزاج العام الذي بات يستهجن بشدة عدم اهتمام المعلمين بالمستوى التعليمي والتربوي للتلميذ، في مقابل تركيز كل اهتمامهم على المدخول المادي، من خلال إجبار التلاميذ على التوجه للدروس الخصوصية، مباشرة بعد الدخول المدرسي دون إعطائهم فرصة للتأكد من استيعابهم أو عدم استيعابهم للدروس.

***التمييز بين التلفظ والملفوظ:**

لم تخل العبارة من بعض المعاني الضمنية؛ حيث توحي مخاطبة المعلمة للتلاميذ بالدارجة وحتى بمفردات فرنسية أصبحت جزءا من العامية "ليكور" بعدم إلمام المعلم، لأن مخاطبة المعلمين للتلاميذ تكون باللغة العربية الفصحى، والتي تعد من صميم العملية التعليمية الهادفة، لتلقين التلميذ أبجديات النطق باللغة.

كما توحي العبارة بالانحدار القيمي والرسالي للمدرسة الجزائرية، وانغماسها في منطق السوق، وكأنها أصبحت هي الأخرى تمارس التجارة، بالرغم من نبل الرسالة التعليمية ومجانيتها في الجزائر.

***السياق التركيبي والاستبدالي:**

تناولت المدونة الموضوع في سياق ما تعرفة صورة المعلم - مجسدة هنا في المعلمة- من اهتزاز وتراجع. فغابت صورة المعلم صاحب الرسالة، وأصبحت الصورة السائدة في المقابل المعلم الانتهازي والمتاجر برسالة التعليم. وفي سياق الانتشار الكبير لظاهرة تقديم الدروس الخصوصية بأثمان باهضة، على حساب حق التلميذ في

مجانية التعليم، وعدم مراعاة الحالة الاجتماعية للأولياء والتلاميذ على حد سواء. وقد استطاعت المدونة أن تبلغ الرسالة بأسلوب واضح مباشر، في خطاب وجه للتلاميذ، ولكنه في حقيقة الأمر خطاب للمجتمع حتى يتمعن فيه، ويسعى لإصلاح ما بقي للمدرسة الجزائرية.

الفيديو 6: المغنيين في الجز ائر

العبارة: "ديسديت نولي شانتوز على خاطر فيها بزاف السوهولات؛ نمبر وان الرشقة باللويز والدوفيز، فرغ جيبك يا عزيز يعني بزاف دراهم. نمبر تو لا كاتب لا ملحن، غيطة وبندير اشطح يا بعير"

***البنية اللسانية:**

جاءت العبارة مزيجا بين ثلاث لغات؛ العربية الدارجة، الفرنسية والإنجليزية، بألفاظ موجهة إلى الجمهور العام. وقد أشارت المدونة من خلالها إلى رغبتها في أن تكون مغنية، في إحالة إلى ظاهرة توجه النساء الى مجال الغناء الهابط. وأرجعت ذلك إلى عدة أسباب كما عبرت عنها، منها مادية وأخرى تتعلق بسهولة المهنة في حد ذاتها. ويبدو من الخطاب أنه يتناول بشكل خاص مغنيات الملاهي ومجال الغناء الهابط بشكل عام.

***تسلسل المعاني:**

بينت المدونة في خطاب مباشر توجه المغنيات لهذا المجال أي الغناء، نظرا لما يحققنه من ربح مادي "الرشقة باللويز والدوفيز...يعني بزاف دراهم...". كما بينت طبيعة هؤلاء المغنيات، ومستواهن الفكري والثقافي. فقد استهلت حديثها بقولها "حبيت نولي شانتوز" أي مغنية، ولكنها استخدمت العبارة بلغة فرنسية غير سليمة، في إشارة إلى رغبة هؤلاء المغنيات في الانتماء إلى الطبقة المثقفة التي تتحدث اللغات. كما استخدمت أيضا اللغة الإنجليزية رغم عدم معرفتها، ولا حتى معرفة الحديث بالعربية "السوهولات"، ما يدل بشكل واضح على مستواهن.

بالإضافة إلى ما سبق بينت المدونة طبيعة الغناء الذي يمارسنه مثل هؤلاء المغنيات، فهو لا يخضع لأبجديات العمل الفني المحترم، ولكن يكفي وجود "غيطة وبندير"، حتى يلتف الجمهور حولهن، ويمارسن فنهن الهابط.

***الاستثارة الرمزية:**

تنتقد المدونة بتهكم واستهزاء كبير ظاهرة انتشار مغنيات الغناء الهابط، اللواتي لا يدركن شيئا في أبجديات العمل الفني "لا كاتب لا ملحن، غيطة وبندير"، وهدفهن مادي محض. وفي الوقت ذاته تستهزئ أكثر وإلى درجة التحقير، بمستمعي هذه الفئة من المغنيات من الرجال- على الرغم من حالتهم المادية الجيدة- "الرشقة باللويز والدوفيز، فرغ جيبك يا عزيز". فلا يقتصر الأمر عند رمي هؤلاء لكل ما يملكونه من مال بالعملة المحلية بل تعداه للذهب والعملة الأجنبية، ولا يقوم بهذه الأمور إلا مغفل وسفيه، كما دلت عليه أيضا عبارة "اشطح يا بعير"، أي يا مغفل الذي لا تفقه في الأمر شيئا.

وقد استثارت المدونة درجة عالية من الرمزية، من خلال وصفها الضمني لكل من مغنيات الذوق الهابط، وكذا جمهورهم، خاصة من فئة الرجال.

***التمييز بين التلفظ والملفوظ:**

وظفت المدونة في تعبيرها عن الفكرة ألفاظا صريحة ومباشرة مثل لفظ "الرشقة"، الذي استمدته من الموروث الشعبي الجزائري؛ باعتبارها عادة متوارثة في الأعراس، حيث تقدم الأموال للمغنيين والمغنيات. وفي السياق الذي جاء فيه اللفظ، فالمقصود ما يتم تقديمه من مبالغ مالية، وغيرها مما ثقل وزنه وخف حمله "اللويز" لمغنيات الملاهي من قبل فئة المغفلين والسفهاء من الرجال، ممن لا عقل لهم، وهو ما دل عليه مجازا لفظ "بعير".

***السياق التركيبي والاستبدالي:**

جاء استهجان المدونة لانتشار ظاهرة "مغنيات الملاهي" في أوساط الشباب، بما يعبر عن موقف قطاع كبير من الجمهور الذي بات يتحسر على تراجع الفن الأصيل، في سياق ما يعرفه مجال الغناء من ابتذال وانحطاط شمل المغنيين والكلمات وألحان

الأغاني، في ظل ابتذال وانحطاط الذوق العام أيضا. وفي الواقع ما يتم تداوله يتعدى كل والقيم الأخلاقية والدينية وكل الأعراف والتقاليد التي تحكم المجتمع ومختلف المهن، نتيجة لغياب الرقابة القانونية والمجتمعية وحتى الإعلامية.

وقد بينت المدونة أن الهدف من هذا النوع من الغناء هو الكسب المادي المحض، دون أي اعتبارات فنية، أخلاقية، ولا حتى مجتمعية. وقد عبرت عن ذلك من خلال ألفاظ وعبارات مستخدمة في الموروث الشعبي الجزائري، من شأنها إيصال الفكرة من القاصي إلى الداني.

استنتاجات:

***فيما يتعلق بالمدونة:**

- تنفرد المدونة "نهلة السطايفية" بتقديم المحتويات التي تشغل الرأي العام والمجتمع بشكل عام والمرأة بشكل خاص، وخروجها عما هو متعارف عليه في مجال التدوين النسوي من جمال وموضة وديكور.

- تسليط الضوء وبشكل خاص على القضايا التي تبرز المرأة فيها كشخصية محورية، وتلعب فيها دورا هاما، وهو ما بدا جليا في الفيديوهات محل التحليل، فقد برزت المرأة فيها في أدوار متعددة كمتنمر عليها، وكمعلمة، مغنية، أم، مدونة أو يوتيوبر.

- اعتماد الأسلوب الساخر والتهكمي في عرض حال المجتمع الجزائري، وفي الإشارة إلى المشكلات والظواهر التي يعاني منها، وكذا القضايا التي تهدد نظامه القيمي والأخلاقي.

***فيما يتعلق باستخدام الإيحاءات والدلالات الرمزية:**

- التنوع في اللغة المستخدمة ما بين العامية أو الدارجة، الفرنسية وبدرجة أقل اللغة الإنجليزية، مما يساعد في تقريب الصورة والفكرة، وإيصال المعاني والدلالات بشكل أيسر وأسهل.

- الاعتماد على خطاب ألسني قوي وثري بالعبارات والألفاظ التي تحمل معاني ودلالات مباشرة أو ضمنية، بالرغم من استعمال المدونة تقنية الفيديو المصور لنقل أفكارها وانشغالاتها.

- الارتكاز على الموروث الشعبي الثقافي وعلى المخيلة الجماعية في انتقاء الألفاظ والعبارات المعبر بها عن مختلف القضايا.

- استخدام درجة عالية من الرمزية في ايصال الفكرة، من خلال تشبع الألفاظ بالمعاني والدلالات الرمزية، وانسجامها مع السياق الذي تقدم فيه، ومع التوجه العام للمدونة.

- الارتكاز على الخطاب الألسني الساخر وعلى الأسلوب التهكمي الناقد، مما ساعد في نقل الأفكار ومعالجة القضايا المطروحة برمزية هادفة ومقصودة، ساهمت في نقل المعاني والإيحاءات بخطاب ألسني بسيط وواضح.

الهوامش:

---

[1] محمد السرغيني: محاضرات في السيميولوجيا، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الدار البيضاء. 1987، ص 45

[2] أمبرتو إيكو: السيميائية وفلسفة اللغة، ترجمة أحمد الصمعي، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية،. لبنان. 2005، ص 329

[3] فايزة يخلف: سيميائيات الخطاب والصورة، ط1، دار النهضة العربية، لبنان. 2012، ص ص 24- 25

[4] أمبرتو إيكو: مرجع سبق ذكره، ص 331

[5] نفس المرجع السابق، ص 332

[6] محمد السرغيني: مرجع سبق ذكره، ص 46

[7] زهير الخويلدي: الأنظمة الرمزية ومطلب التواصل، https://www.almothaqaf.com/index.php?option=com_content&view=article&id=9274&catid=213&Itemid=194، 2021/05/17، 23:21

[8] أمبرتو إيكو: مرجع سبق ذكره، ص 326

[9] نفس المرجع، ص 323

[10] أحمد يوسف: السيميائيات الواصفة "المنطق السيميائي وجبر العلامات"، ط1، منشورات الاختلاف وآخرون، 2005، ص 61

[11] أمبرتو إيكو: مرجع سبق ذكره، ص ص 324- 325

[12] زهير الخويلدي: الأنظمة الرمزية ومطلب التواصل،
https://www.almothaqaf.com/index.php?option=com_content&view=article&id=9274&catid=213&Itemid=194، 2021/05/17، 23:21

[13] محمد الغزي: تودوروف بين الرمزية والتأويل،
https://thaqafat.com/2017/08/84384 ، 2012/05/10، 10:30

[14] أمبرتو إيكو: مرجع سبق ذكره، ص ص 333- 334

[15] محمد الغزي: تودوروف بين الرمزية والتأويل،
https://thaqafat.com/2017/08/84384 ، 2012/05/10، 10:30

[16] أمبرتو إيكو: مرجع سبق ذكره، ص 335

[17] فوزي شريطي: التدوين الإلكتروني كفعل ثقافي، مجلة الدرايات والبحوث الاجتماعية، العدد4، جامعة الوادي، جانفي 2014، ص 80

[18] حسني محمد نصر: من المطبعة إلى الفايسبوك "مدخل في الاتصال الجماهيري"، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين. 2016، ص 265

[19] محمد عبد الحميد: المدونات "الإعلام البديل"، ط1، عالم الكتاب، القاهرة. 2009، 86

[20] نفس الرجع السابق، ص 88

[21] عبيدة صبطي، صابر بقور: تمثلات النسوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 7، الجزء 1، جوان 2017، ص 296

[22] تومي فضيلة، يسعد زهية: الحضور الرقمي للمرأة الجزائرية عبر الفضاءات الافتراضية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 37، جامعة بغداد. 2017، ص 126

[23] تومي فضيلة، يسعد زهية: مرجع سبق ذكره، ص 127

[24] بن عمرة بلقاسم أمين: دور الوسائط الاتصالية الجديدة في تشكيل الفضاءات العمومية الهامشية النسائية داخل الحيز الافتراضي، أطروحة مقدمة لنيل

شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2018، ص 151

[25] عزة القصابية: الكوميديا الساخرة بين الهزل والجد/https://www.omandaily.om، 2012/04/30، 17:30.

[26] مركيش ابتسام: الدلالة الرمزية في السينما الكوميدية الجزائرية ودورها في بناء المعنى– دراسة سيميولوجية للقطات من فيلم Beur Blanc Rouge، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 7، العدد1، ص ص 151- 152

[27] حسين نايلي: خصوصية الخطاب الإسلامي الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي – دراسة لعينة من الخطابات الإسلامية عبر شبكات فايسبوك، تويتر واليوتيوب، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3. 2021، ص 34

[28] رباب بن عياش: رمزية الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر- دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من المدونات وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك خلال الانتخابات الرئاسية 2014، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3. 2015، ص ص 20-21

[29] حسين نايلي: مرجع سبق ذكره، ص 34

[30] رباب بن عياش: مرجع سبق ذكره، ص 19

المرأة الرياضية ودورها في تشكيل التوعية الصحية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

Sports women and their role in shaping health awareness through social media networks

د. أمينة مزيان

جامعة الحاج لخضر باتنة-1- الجزائر

aminameziane39@gmail.com

ملخص:

تسعى الدراسة الحالية إلى البحث عن علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بدور المرأة الرياضية في تشكيل التوعية الصحية عبرها، وبالتحديد شبكة الفايسبوك فهو يعد فضاء إعلامي متكامل الأبعاد يمكن الاستفادة منه وتوجيهه لخدمة أغراض الوعي الصحي من خلال نشر المعلومات، الصور والفيديوهات لتحقيق المعرفة والتوعية الصحية من خلال المساحات العريضة التي يتيحها للمرأة لتبادل الآراء والنقاشات، وكذا أهمية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الصحي ومدى تفاعل الجمهور مع هذه الرسائل الصحية، على اعتبار أن شبكات التواصل الاجتماعي اتضح عمق تأثيرها خاصة بعد الأوضاع الصحية التي شهدها العالم مع انتشار فيروس كوفيد19، من خلال تبيان دورها في نشر التوعية الصحية، ودور المرأة الرياضية في تشكيل المعرفة والتوعية الصحية واللياقة البدنية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: المرأة الرياضية، التوعية الصحية، شبكات التواصل الاجتماعي.

Abstract:

The current study seeks to explore the relationship of social media networks with the role of sports women in shaping health awareness across them, Specifically, Facebook is an integrated information space that can be used and targeted for health awareness purposes, Through dissemination of information, images and videos for knowledge and health education,through its broad spaces for women to exchange views and debate, and the importance of the use of social networks in the area of health and the extent to which the public interacts with these health messages, given that social media networks have demonstrated their profound impact, especially after the health conditions that the world has experienced with the spread of the Cuvid19 virus, By demonstrating their role in disseminating health education, and the role of sports women in shaping health knowledge and awareness through social media networks.

Keywords: *Sports women, Health Awareness, social medias*

1- إشكالية الدراسة:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تقنية الاتصالات وأكثرها شعبية، فهي تمتلك العديد من الخصائص التي تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، والفايسبوك أحد هذه المواقع وأهمها، والتي أحدثت تحولا كبيرا في العلاقات والصداقات والنقاشات الثنائية والجماعية، لأنها تدمج عديد الطرق في التواصل والاتصال بين الاشخاص مثل المحادثة الفورية، الكتابة، الصورة، الصوت، تبادل الصور، إرسال رسائل صوتية، تحميلها والتعليق عليها وغيرها من التطبيقات؛ وفي البلدان العربية الأكثر محافظة على غرار الجزائر أدت شبكات التواصل الاجتماعي أدوارا مهمة في تخليص المرأة من قيود العادات والتقاليد والأعراف التي فرضتها

المجتمعات ولم تعد هذه الشـــبكات الاجتماعية حكرا على الرجل وحده بل تعدى إلى استـــخدامها من قبل المرأة التي أصــبحت اليوم عنصــرا فعالا في المجتمع، وهذا راجع لدورها الكبير في مختلف مجالات الحياة العلمية والعملية، وأصــبحت هذه المنصــات متنفســا تســتخدمه في التعبير عن ذاتها ونجاحاتها، وكذا تنشــط فيه من خلال نشــر الوعي الســياســي، الاقتصــادي، الاجتماعي، الثقافي، وكذا الوعي الصــحي الرياضــي من خلال إنشــاء العديد من الصــفحات التي تُعنى بالوعي والتثقيف الصــحي للجماهير من خلال تقديم نصائح تتعلق باللياقة البدنية ، لأن الصحة تعد المحرك الأساسي للتنمية الاجتماعية الشاملة.

وعليه تسعى هذه الورقة البحثية إلى البحث عن علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بدور المرأة الرياضية في تشكيل التوعية الصحية عبر شبكة الفايسبوك.

ويمكن التطرق للموضوع من خلال عدة تساؤلات فرعية تتضمن الآتي:

- ما مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي؟

- ما مفهوم التوعية الصحية؟

- ما دور المرأة الرياضية في تشكيل التوعية الصحية عبر شبكة الفايسبوك؟

- ما مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في نشر المواضيع الصحية لدى المرأة؟

2- أهداف الدراسة:

- التعرف على ماهية شــبكات التواصــل الاجتماعي ومجالات تأثيرها على الفرد والمجتمع.

- التعرف على مفهوم التوعية الصحية لدى المرأة الرياضية.

- الكشف عن مدى مساهمة المرأة الرياضية في تشكيل المعرفة والوعي الصحي عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

-التعرف على واقع استخدام المرأة الرياضية لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز التوعية الصحية.

3- مصطلحات الدراسة:

3-1 المرأة الرياضية:

لم تجد الباحثة تعريف اصطلاحي لمفهوم المرأة الرياضية، فقد وجدت تعريف مصطلح الرياضة لهذا اكتفت بتعريف اجرائي يتماشى وموضوع الدراسة والمتمثل في جمهور المرأة الرياضية المدّونة للمضامين الصحية ورشاقة المرأة في شبكات التواصل الاجتماعي، ودورها في تشكيل المعرفة الصحية عبر شبكة الفايسبوك.

3-2 التوعية الصحية: هي كل نشاط يهدف إلى توعية المواطنين وتحذيرهم من المخاطر المحيطة بهم، من أجل تربية المجتمع على السلوك الصحي السليم انطلاقا من عقيدته وقيمه وثقافته. (فريدة عمروش، 2020، ص 05)

3-3 شبكات التواصل الاجتماعي:

هي مواقع على الأنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر، الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات، والصور، وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية، وسبب وصف هذه الشبكات الاجتماعية أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوي الترابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت، ومن أشهر هذه الشبكات الاجتماعية في العالم My space و FacebookوTwitter (حسنين شفيق،2011، ص181)

4-علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالتوعية الصحية:

باتت المنظمات الصحية المعاصرة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في استراتيجياتها التوعوية الحديثة حيال قضايا الصحة العامة والتثقيف، فقد اسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات بين المؤسسات الصحية والجمهور، ما يعزز الفعل التوعوي من خلال إنشاء المحتوى ونشر التوعية والتثقيف الصحي، عبر دمج عناصر الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي في الاستراتيجية العامة للتوعوية، وتعزيز دافعية سريان المعلومات في اتجاهين أو الاتصال متعدد الاتجاهات بين المؤسسات الصحية والجمهور، وهذا يتطلب الاعتراف بقوة شبكات التواصل الاجتماعي، ودورها الكبر في برامج التوعية الصحية والوصول الى شرائح واسعة من جهة، والكلفة الكبيرة للرعاية الصحية التي تستدعي تفعيل الطب الوقائي عبر استخدام الحملات التوعوية لشبكات التواصل الاجتماعي الأقل كلفة وأكثر فاعلية.

لقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي طريقة سهلة وفعالة للمؤسسات الصحية من حيث كلفة توصيل

المعلومات الصحية مقارنة بفاعليتها وانتشارها، ما يعزز الخدمات الوقائية للمؤسسات الصحية وبناء مجتمعاتها الصحية، كما بدأت شركات التأمين تقديم النصائح الصحية وإرسال رسائل التسويق عبر شبكات التواصل في محاولة للتفاعل مع العماء وتحسين صورة صناعة التأمين الصحي

لقد أصبحت السياسات التوعوية الصحية الحديثة تعتمد على دمج المنصات الالكترونية لشبكات التواصل مع بعضها البعض، مثل يوتيوب، فيسبوك، وتويتر، ما يسهل للمنظمات الصحية إدارة الرسائل، الصور، الصوت والفيديو الخاصة بها وكذلك التفاعل مع مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، ومساعدتهم في العثور على المعلومات المطلوبة في أشكال مختلفة.

كما أن استخدام القنوات الإعلامية والشبكات الاجتماعية يخلق فرصة كبرة لتسهيل تدفق المعلومات الصحية بحكم البيئة الديناميكية والمتطورة للشبكات على مختلف منصات شبكات التواصل الاجتماعي

ما يرفع المساهمة في زيادة وعي الجمهور والخدمات ذات الصلة من خلال تسريع سرعة تبادل المعلومات. (خالد بن فيصل الفرم، 2016، ص170)

5- دور المرأة الرياضية في تشكيل التوعية الصحية عبر شبكة الفايسبوك

الوعي الصحي الرياضي:

مما لا شك فيه أن كلا من الصحة والرياضة يسعيان نحو تحقيق أهداف السلامة والكفاية البدنية والنفسية والاجتماعية والعقلية للإنسان، وذلك بغرض إعداده وتربيته بما يتلاءم ويتناسب مع طموحات وآمال المجتمع الذي ينتمي إليه وعلى ذلك يمكن استغلال أنشطة التربية البدنية والرياضية في توجيه المعلومات والمعارف الصحية كونها مجرد معلومات تؤدي إلى سلوك صحي، بالإضافة إلى أنها تسعى إلى تنمية النواحي النفسية والبدنية والاجتماعية والعقلية، وذلك على النحو التالي:

- تساهم ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة في تنمية اللياقة البدنية العامة وتحسين وظائف أعضاء الجسم المختلفة مثل الجهاز الدوري، التنفسي، العضلي، الهضمي والعصبي.

- تساعد الرياضة من خلال ممارستها على اكتساب الأنماط السلوكي الحميدة والخبرات المتعددة في نواحي النظام والطاعة والالتزام، وكذلك اكتساب الصفات الخلفية الفاضلة، كما تنمي ممارسة الأنشطة الرياضية العلاقات الاجتماعية الطيبة بين الجماعات والأفراد، مما يجعلهم أكثر قدرة على ضبط النفس وكبح جماح الغضب عند الضرورة والتحلي بأنبل الصفات

الخلقية في أصعب المواقف، كل ذلك يساعد على تنمية النواحي الاجتماعية. (سلامة بهاء الدين،1997، ص 76)

* تقوم الباحثة في هذا العنصر بعرض بعض الدراسات التي تناولت استخدام المرأة لشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل التوعية الصحية ومن هذه الدراسات ما يلي:

-دراسة نادية محمد عبد الحافظ (2016) حول تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في نشر الثقافة الصحية، التي طبقت على عينة عشوائية قدرت ب 400 مفردة ، حيث جاءت شبكات التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول من حيث الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات الصحية يليها الاعتماد على المدونات، وكانت أهم دوافع التعرض للمضامين الصحية: معرفة المفاهيم والمعارف الصحية السليمة وترسيخ السلوك الصحي السليم، وتعديل السلوك الصحي الخاطئ من أجل التوعية الصحية، وكذا معرفة طرق الوقاية من الأمراض، كما تبين أن بعض أفراد العينة ابتعدوا عن السلوكيات السلبية نتيجة التعرض للمضامين الصحية حيث أن 13% من أفراد العينة أقلعوا عن الأكلات التي تزيد من الوزن. (نادية محمد عبد الحافظ، 2016، ص 405،495)

-دراسة إيمان فتحي عبد المحسن (2017) حول تعرض طالبات الجامعة للمواقع الصحية الالكترونية والتطبيقات الصحية للهواتف الذكية وعلاقتها بمستوى المعرفة الصحية لهن، التي طبقت على عينة عمدية من مستخدمي المواقع الالكترونية الصحية والتطبيقات الصحية بالهواتف الذكية من طالبات جامعة أم القرى قدرت ب 200 مفردة ، حيث تبين ارتفاع معدل التعرض للمواقع الصحية الإلكترونية لدى المبحوثات، وكانت أهم المضامين الصحية التي يتعرضن لها موضوعات تخص التطورات في المجال الصحي بنسبة 12%، كما جاءت أهم أساليب جذب المواقع

الإلكترونية لأفراد العينة: تقديم المعلومات البسيطة بنسبة 42.5%، يليها أنها متطورة وتواكب الأحداث بنسبة 21.5%.(إيمان فتحي عبد المحسن، 2017، ص595)

-دراسة عبد العزيز بن علي (2009) حول دور مصادر المعلومات الصحية في تشكيل الوعي الصحي لدى المرأة السعودية، وهي دراسة ميدانية على عينة عشوائية قدرت ب 350 امرأة، حيث جاءت المجلات الطبية في المرتبة الأولى بين مصادر المعلومات الصحية لدى المرأة السعودية، وفي المرتبة الثانية كانت وسائل الإعلام المرئية، والمرتبة الثالثة المراكز الصحية ثم وسائل الإعلام المكتوبة وفي المرتبة الرابعة الأنترنت والمرتبة الخامسة الأقارب والأصدقاء، وعند قياس مدى متابعة المرأة السعودية لوسائل الاعلام في المجال الصحي جاءت وسائل الإعلام المكتوبة يليها المجلات الصحية ثم وسائل الإعلام المرئية ثم الانترنت، وتبين أن هناك عددا من القيم الصحية التي استفادت منها المرأة السعودية من مصادر الوعي الصحي، كما اتضح أن هناك علاقة بين استخدام مصادر الوعي الصحي ومستوى الوعي الصحي للمرأة السعودية. (عبد العزيز بن علي،2009، ص ص، 88،45)

-دراسة داليا عثمان ابراهيم (2016) حول اتجاهات المرأة المصرية نحو استخدام الإعلام الرقمي في المجال الصحي، وقد تحددت مشكلة الدراسة في التعرف على اتجاهات المرأة المصرية نحو استخدام وسائل الاعلام الرقمية في المجال الصحي. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: تحديث وتطوير وسائل الوعي الصحي من خلال بث برامج توعوية عبر وسائل الاعلام الرقمي التي تساعد على تغيير نمط حياة أفراد المجتمع.

التأكيد على دور المرأة في دعم الوعي الصحي، ولن يحدث ذلك إلا من خلال التنسيق والتكامل بين جميع مصادر المعرفة الصحية التقليدية والرقمية. (داليا عثمان ابراهيم، 2016، ص 249)

التعليق على الدراسات:

- اتضح من خلال هذه الدراسات تحول الجمهور نحو شبكات الأنترنت وتطبيقات منصات التواصل الاجتماعي، كبديل عن الأطباء والوسائل الإعلامية التقليدية؛ كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات الصحية.

- اتضح أن المعلومة الصحية هي المكون الأساسي في تكوين التوعية الصحية اللازمة لممارسة سلوك صحي معين ويتوقف اكتساب هذه المعرفة على مصادر تلك المعلومة والكم والكيف الذي تقدم به.

- تبين كثافة استخدام الأنترنت كمصدر للمعلومات والمعارف الصحية عند أغلب المبحوثات.

-كما بينت الدراسات الحالية عن دور المرأة في تفعيل الوعي والثقافة الصحية عند أفراد المجتمع، وقد ساعدها في ذلك وسائل الاعلام الرقمية.

- كما ركزت هذه الدراسات على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجوانب المعرفية والإدراكية والسلوكية للجمهور، كجزء من خصائص الوسيلة في التوعية الصحية.

6- و اقع استخدام المرأة الرياضية لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز التوعية الصحية:

***المرأة وشبكات التواصل الاجتماعي:**

المرأة تصنع وظائفها في العالم الافتراضي، في الوقت الذي تتسبب فيه الثورة الرقمية في غلق أبواب بعض الوظائف تفتح أبوابا أخرى وآفاقا جديدة لم تكن متاحة من قبل. وبعض هذه الفرص الجديدة لا تشترط شهادات ومؤهلات علمية أو خبرات سابقة ورسائل تزكية، بل موهبة في التسويق وثقافة في مجال مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية التعامل مع منصاتها.

ويعد هذا المجال التوظيفي الجديد "نسائيًّا" بامتياز. وأضيفت إلى معاجم التعريفات الوظيفية كلمات مثل "إنستغرامرز" و"يوتيوبرز"، وقبل ذلك انتشرت ظاهرة "البلوغرز"، وهي تسميات تنسب إلى الفتيات والسيدات اللاتي يطلقن منصات خاصة بهن في مجالات مختلفة أشهرها الموضة، الرياضة والطبخ.

تبدأ التجربة بنشر مجموعة صور خاصة، وبعض النصائح في مجال التجميل أو تنسيق الملابس أو وصفات بعض الأكلات، أو تقديم نصائح من أجل اللياقة البدنية لتتحوّل بعد ذلك التجربة إلى عمل يوفّر لصاحبته دخلا وشهرة.

وتتصدر منصة إنستغرام قائمة منصات التواصل الاجتماعي التي تستفيد منها الفتيات والنساء -وحتى الرجال وإن بنسبة صغيرة- في تحويل العالم الافتراضي إلى سوق يعرضن فيها مواهبهن ويفدن ويستفدن؛ فهي من ناحية مكنت العديد من الحالمات بتحقيق الشهرة والنجاح من إيجاد فرص عمل تلغي سنوات من التعب، ومن ناحية أخرى أوجدت المنصة موقعا للباحثات عن نصائح مجانية تساعدهن في الحصول على جمال متكامل يدخل فيه تنسيق الملابس والاختيار المثالي للمساحيق والإكسسوارات.

كما سمح الموقع الافتراضي بظهور عدد من الخبيرات في مجالات عدة، فإلى جانب عالم التجميل والمطبخ هناك مواقع متخصصة في التنمية الذاتية وتقديم النصائح للأمهات وديكورات المنازل، ومواقع تقدم إرشادات سياحية وتمارين رياضية تعنى بتقديم الوعي الصحي الرياضي، التي حولت "الإنستغرامرز" إلى نجمات ووجوه إعلانية تستفيد منهن الكثير من الشركات والمطاعم والماركات العالمية في حصد عدد كبير من المتابعين لصالحها.

فتحت منصات ومواقع التواصل الاجتماعي آفاقا جديدة للعديد من النساء، لكنها في الوقت نفسه ضيقت على وسائل التسوق المعتادة في وسائل الإعلام التقليدية؛

وهو تطور طبيعي وفق الخبراء، فصناعة الإعلانات والتسويق تتطور وفق تطورات العصر ووسائل التأثير.

وتشير الدراسات إلى انخفاض حاد في متابعة وسائل الإعلام المرئية والمطبوعة أمام ارتفاع نسب استعمال الأجهزة المحمولة، في الوقت الذي يتحول فيه انتباه عدد متزايد من الشباب من القنوات الإعلامية الكلاسيكية إلى منافذ مواقع التواصل الاجتماعي التي يسهل التعامل معها في أي وقت وأي مكان.

خاتمة وتوصيات:

وفي الأخير يمكننا القول أن المرأة تمثل نصف المجتمع وما لها من دور أساسي في تنشئته، وبناءا على ما تقدم إذا كانت المرأة مثقفة وتمارس الرياضة أيضا، فإن ذلك له مردود إيجابي كبير يعود على المجتمع بأكمله، خاصة لو تعمل على نشر المضامين الصحية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بهدف توعية وتثقيف الجماهير صحيا.

كما أن التغيرات التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام بشكل عام وانتقالها إلى جميع المجالات الأخرى، تدل على أهمية مساهمة هذه الشبكات في تطوير واقع الإعلام الصحي وإثرائه سواء من حيث المواضيع المعالجة أو من حيث علاقته بالجمهور، ودورها كأحد أهم تطبيقات الاعلام الجديد في تطوير الرسالة الصحية عبر شبكة الفايسبوك.

كما تعد شبكات التواصل الاجتماعي بما فيها شبكة الفايسبوك، فضاءا إعلاميا واسعا متكامل الأبعاد، يمكن الاستفادة منه في تقديم ونشر المعارف الصحية، من خلال نشر معلومات صحية، عرض الصور والفيديوهات وكل ما من شأنه بناء أسس التوعية الصحية السليمة، كما يمكن اعتباره منبرا للتعبير عن الذات.

فضلا عن امكانيته في تحقيق التوعية الصحية من خلال المساحات التي يتيحها للمرأة للمشاركة بنشر المضامين الصحية، تبادل الآراء ومناقشتها، وعليه أصبح أمام

مستخدمات هذه الشبكات الفرصة للحصول على المعلومات ليتمكنّ من القيام بدورهن بأكثر فاعلية في الرعاية الصحية.

توصي الباحثة بضرورة تدريب القائمين على إعداد وتنفيذ المضامين الصحية والحملات الصحية الرقمية وتوضيح أهم الأهداف التي يجب التركيز عليها والشروط الواجب توافرها في الإعلام الصحي الناجح، مع التأكيد على حتمية التكامل بين الإعلاميين والأطباء في مجال الإعلام الصحي. كما أن برامج الوعي تحتاج إلى تخطيط ودعم مادي ومتابعة حتى تستطيع القيام بدورها التوعوي والتنموي على حد سواء.

قائمة المراجع:

1- بن عميروش. فريدة. (2020). ***دور وسـائل الإعلام في نشـر الثقافة والوعي الصحي***. مجلة علوم الانسان والمجتمع. (المجلد09، العدد 04). جامعة ابراهيم شيبوط. جامعة الجزائر3.

2-حسـنين، شـفيق. (2011). ***الإعلام الجديد، الإعلام البديل: تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية***. القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

3- بن فيصل، خالد الفرم. (2016). ***استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا.*** دراسـة تطبيقية على المدن الطبية ومسـتشـفياتها الحكومة بمدينة الرياض السـعودية. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصـال. (العددان 14،15). السعودية.

4- محمد عبد الحافظ، نادية. (2016). ***تأثير الاعتماد على وسـائل الإعلام التقليدية والجديدة في نشر الثقافة الصحية دراسة ميدانية على عينة من الجمهور.*** المجلة المصـرية لبحوث الرأي العام. (المجلد 15، العدد02). جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام

5- عبد العزيز، بن علي. (2009**)**. ***مصـــادر المعلومات الصـحية في تشــكيل الوعي الصــحي لدى المرأة الســعودية :دراســة تطبيقية بمدينة الرياض***. (المجلد37، العدد 02). مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت

6-ايمان فتحي، عبد المحسـن. (2017). ***تعرض طالبات الجامعة للمواقع الصحية الالكترونية والتطبيقات الصحية بالهواتف الذكية وعلاقتها بمســتوى المعرفة الصحية لهم***. (العدد61). المجلة المصـرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

صورة المرأة في الفضاء الإلكتروني خلال زمن النزاعات

- الحرب على غزة أنموذجا -

د. عادل صيد (جامعة أم البواقي)

ط.د فرحاتي أمينة (جامعة تبسة)

1. الإشكالية:

كانت المرأة - ولازالت – موضوعا مغريا متضمنا في نقاشات العديد من المفكرين والباحثين في مجال البحث العلمي والدراسات الأكاديمية، أو مطروحا للنقاش على وسائل الإعلام الجماهيرية أو الجديدة كوسائل التواصل الاجتماعي والمدونات الالكترونية ومختلف الوسائط الأخرى، وسواء كانت موضوعا أو قائما بالاتصال أو متلقّيا، فإنه يمكننا القول بكثير من الموثوقية وعلى وجه التأكيد بحثا لا جُزافاً، أن المرأة في الجزائر أو في غيرها من الدول العربية وغير العربية، تثيرُ بتواجدها في الفضاء الاتصالي الكثير من الإشكالات، تتعلق بطبيعة تواجدها وتفاعلها داخل النسق الاتصالي، ولعل من أبرز ما يتمّ تداوله في هذا المجال، طبيعة الصورة التي يتمّ تسويقها عنها، سواء كانت هذه الصورة سلبية أم إيجابية، نمطية أم واقعية، فالعلاقة بين المرأة والإعلام، كانت دوما علاقة جدلية قوامها ما تكون المرأة عليه فعلاً، وما يتم تصويرها به ومن خلاله ، وعرضه على مختلف الوسائل الإعلامية، ومنها الفضاء الإلكتروني تحديداً.

تعتبر فترات الحروب والنزاعات من أهم وأصعب الفترات التي تعاني منها النساء بصفة عامة، ورغم أنهنّ مع الرجال تُضطلعن بأدوار ومسؤوليات اجتماعية وثقافية واقتصادية مختلفة، ورغم أنّ المعاناة التي يعاني منها المجتمع ككل خلال زمن النزاعات

هي معاناة مشتركة بين الرجل والمرأة، إلا أن واقع وطبيعة المعاناة إنما تحتكم إلى مسألة النوع الاجتماعي، تبعاً إلى الاختلافات النوعية وطبيعة الاستجابة والتفاعل مع النزاعات المسلحة وغير المسلحة، لقد قدمت المرأة العربية في فلسطين على سبيل المثال، وفي العديد من الأقطار العربية تضحيات كبيرة من أجل أوطانهن في أوقات السلم والحرب، وفي النزاعات على اختلاف أشكالها، فكان مصيرهن اما الاستشهاد أو الاعتقال أو السجن، بل والتعذيب والتشريد، وغير ذلك من الأوضاع المزرية والصعبة التي تقاسمتها ندا بند مع الرجل.

غير أن الثورة التكنولوجية التي يعيشها العالم اليوم، ساهمت بشكل لافت في إيصال صورة وأصوات هؤلاء النسوة للكثير من بقاع العالم، فصارت المرأة العربية والفلسطينية تحديدا توظف الميديا الاجتماعية والمواقع الالكترونية المختلفة، وتوظفها هذه الأخيرة، في نقل وتناقل صور بعينها عنهن، ووصفهن في إطار أدوارهن داخل سياق النزاع (أزمات، حروب...) الذي تعيشه، من هذا المنطلق تأتي الدراسة الحالية لتبحث في صورة المرأة في الإعلام الإلكتروني بالتطبيق على الهجومات الأخيرة على غزة، بعد أحداث ما يعرف ب حي الشيخ جراح، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي ملامح صورة المرأة الفلسطينية من خلال المو اقع الإلكترونية خلال الأحداث الأخيرة بغزة؟

وتندرج تحته مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما هي أنواع المقاومة التي تبديها المرأة الفلسطينية خلال هجومات غزة الأخيرة؟
- ما طبيعة الأدوار التي اتسمت المرأة الفلسطينية بأدائها خلال هجومات غزة الأخيرة؟
- ماهي المميزات الجمالية للخطاب الإلكتروني في تسويقه لصورة المرأة الفلسطينية خلال الهجومات الأخيرة على غزة؟

2. الدراسات السابقة:

يتطور البحث العلمي بطريقة تراكمية، تضيف إلى دراسات و أبحاث الآخرين بيانات و طرق جديدة في البحث و التنقيب عن الحقيقة و المعرفة، ويستند مبدأ التراكمية في البحث العلمي على الاعتماد على الدراسات السابقة التي يجريها باحثون آخرون من نفس التخصص، أو من تخصصات أخرى مشابهة، قد لا تتطابق كليا مع الموضوع المعالج، لكن في جزئيات منه، فهي – أي الدراسات السابقة- تساعد الباحث في النهاية على تجنب التكرار، و تمنحه تصورا شاملا عن موضوعه الذي قام باختياره للدراسة، كما تسهل له عملية استيعابه و فهمه من جوانب مختلفة[1].

وتكتسي الدراسات السابقة أهمية بالغة بالنسبة للباحث فيما يقوم بإعداده من إجراءات منهجية وتطبيقية في بحثه، و تتجلى هذه الأهمية في كونها تمده بمجموعة من البيانات و المؤشرات التي تساهم في تحديد إطار الدراسة الحالية، فضلا عن مساعدتها في إجراءات البحث المختلفة، سواء ما تعلق بمجتمع الدراسة أو الأداة، أو مختلف الإجراءات التي يمر بها البحث وصولا إلى النتائج[2]، وقد تمّ الاعتماد على عدد من الدراسات المشابهة للدراسة الحالية وهي:

- ❖ **الدراسة الأولى**: من إعداد الباحثة ولاء يسري سعيد حسنين، بعنوان: "**الصورة الذهنية للمرأة الريفية في الأفلام السينمائية**"[3]

تمثل المرأة الريفية قطاعاً مهماً وكبيراً من المجتمع المصري مما جعلها شريكاً أساسياً في عملية التنمية فالمرأة الريفية تقوم بعدة أدوار أساسية في حياة الفرد والمجتمع، والمرأة الريفية المصرية لها من الخصوصية والمكانة قدر كبير من التميز، فهي تعمل داخل المنزل وخارجه وتنجب الأطفال وتحافظ على الأسرة وعلى عادات وتقاليد مجتمعها.

ولا يمكن أن تحدث التنمية المرجوة في مجتمع ما بمعزل عن وسائل الإعلام الموجودة في هذا المجتمع، وعند التحدث عن وسائل الإعلام لا يمكن إغفال دور الأفلام السينمائية التي تعرض طوال اليوم علي مدار سنوات علي شاشات التليفزيون وقنواته المختلفة، التي وفقا للعديد من المداخل النظرية تساعد علي رسم الصور الذهنية في عقول المشاهدين وكذلك تؤثر في وجدانهم واتجاهاتهم وسلوكهم من خلال تكرار الرسالة الإعلامية عبر وسائل الإعلام مع كثافة التعرض والمشاهدة.

تتحدد مشكلة الدراسة في رصد الصورة الذهنية المقدمة للمرأة الريفية في السينما المصرية من خلال تحليل عينة من الأفلام السينمائية في فترات زمنية مختلفة، وانعكاسات هذه الصورة علي اتجاهات الجمهور المشاهد لهذه الأفلام، معتمدة علي طريقتي المسح الاجتماعي و تحليل المضمون، كما اعتمدت هذه الدراسة علي استمارة الاستبيان واستمارة تحليل المضمون كأدوات بحثية، ولقد اهتمت هذه الدراسة بتحليل 20 فيلما يناقش قضايا المرأة الريفية كما اعتمدت الدراسة علي عينة قوامها 400 مبحوثة.

توصلت هذه الدراسة الي مجموعة من النتائج:

1- اعتمدت الأفلام السينمائية التي اهتمت بمعالجة قضايا ومشكلات الريف المصري علي المرأة الريفية كشخصية رئيسية تدور حولها الأحداث بنسبة 85% في أغلب الأحيان.

2- اهتمت الأفلام السينمائية بمعالجة المشكلات الاجتماعية والاقتصادية التي تواجه المرأة الريفية.

3- رأت نسبة كبيرة من النساء الريفيات المشاهدات للأفلام السينمائية أن هناك إغفالاً كبيراً من جانب صانعي الأفلام للعديد من الجوانب والمشكلات الموجودة في القرية المصرية والتي تواجه المرأة الريفية.

❖ الدراسة الثانية: إعداد الباحثة أسماء حمدي قنديل، بعنوان: " **أطر تقديم صورة المرأة والأسرة الخليجية في الإعلام الخليجي:**
دراسة تحليلية لعينة من المجلات والمواقع الإلكترونية المتخصصة والجروبات النسائية على موقع الفيسبوك"[4]

تتحدد المشكلة البحثية في رصد وتوصيف وتحليل أدوار الأسرة والمرأة الخليجية في الوسائل الإعلامية التقليدية، والبديلة التي أصبحت عالم موازي للمرأة العربية بشكل عام، وذلك من أجل معرفة الأدوار الرئيسية التي لعبتها المرأة الخليجية، وتحديد القضايا الرئيسية والثانوية التي برزت من خلالها أدوار المرأة الخليجية وذلك في المجلات والمواقع الإلكترونية والجروبات النسائية على موقع الفيسبوك، وتقييم الأداء الصحفي في الوسائل الإعلامية المدروسة، وذلك من أجل وضع تصور مقترح لتطوير الخطاب الإعلامي لقضايا الأسرة والمرأة الخليجية في الوسائل الإعلامية التقليدية والبديلة بما يتفق مع الواقع الاجتماعي للمرأة العربية، والمكاسب العديدة التي حققتها المرأة في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها:

1. أشارت نتائج الدراسة إلى أن بالرغم من أن مجلات المرأة والأسرة العربية قد شهدت تطوراً كبيراً في طباعتها وإخراجها بفضل التكنولوجيا الحديثة، إلا أنها لم تستطع التعبير عن التحديات الخطيرة التي تواجه الأسرة والمرأة العربية، كما أنها لم تعبر عن قضايا وهموم المرأة والأسرة الخليجية بشكل متوازن حيث اهتمت المجلات النسائية المتخصصة وإصداراتها الإلكترونية بإبراز الصورة النمطية للمرأة التي تهتم بمظهرها وأناقتها، أي أن المجلات المتخصصة للمرأة ركزت على "تسليع المرأة" من خلال النظر إليها كجسد

2. -أشارت نتائج الدراسة إلى أنه توجد عوامل عامة تؤثر في تكوين الصورة الذهنية للمرأة بشكل عام، منها ما هو إيجابي مثل خصوصية المجتمعات العربية وما تفرضه من قيم وعادات وتقاليد موروثة ينبغي احترامها وتطبيقها، كما توجد محددات للصورة الذهنية تأتي من ثقافات بعيدة كل البعد عن الثقافة العربية، فضلاً عن تأثير وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية ووسائل الإعلام الجديد، فهذه الوسائل تلعب دوراً محورياً في تكريس صورة ذهنية قد تكون سلبية أو نمطية أو إيجابية.

3. أشارت النتائج إلى تركيز المجلات والمواقع الإلكترونية المدروسة على موضوعات متنوعة مثل: الطلاق، وتربية الأبناء، ونصائح للمرأة الحامل، والأمور الخاصة بالزواج، وتقديم استشارات ونصائح في شتى المجالات، وإجراء حوارات مع فنانات وإعلاميات، إلى جانب الترويج لماركات عالمية للساعات ومستحضرات التجميل، وعرض أحدث صيحات الموضة في فساتين الزفاف، وهي الموضوعات التي تحرص المرأة الخليجية على متابعتها من أجل الترفيه والتسلية وتمضية الوقت

4. أشارت نتائج الدراسة إلى أنه قد غلب على مضامين المجلات والمواقع الإلكترونية المدروسة تقديم المرأة العربية في صورة نمطية تقليدية، وقد بدا ذلك بوضوح في أغلفة المجلات المدروسة والتي تركز على المرأة الشابة الجميلة التي تتسم بأنها ممشوقة القوام وتضع مستحضرات التجميل لتبدو في أزهى صورة ممكنة أمام أعين الناظرين لكي تجذب القراء والمشاهدين لكي يشترون المجلات النسائية أو يتصفحون المواقع الإلكترونية للمجلات النسائية.

5. توصلت نتائج الدراسة إلى أن القضايا الأساسية التي ركزت عليها المجلات والمواقع الإلكترونية المدروسة هي (القضايا الاجتماعية) و(الصحية)، وقد بدا ذلك في مجلات "سيدتي"، و"لها"، و"زهرة الخليج". ومن

أهم القضايا التي ركزت عليها المجلات والمواقع الإلكترونية المدروسة هي: (مشكلة الطلاق) و(الخلافات الزوجية)، ويعكس ذلك معاناة المرأة العربية داخل أسرتها، وكثرة الضغوط المجتمعية والأسرية التي تواجهها، وبالتالي اتفقت أجندة اهتمامات المجلات والمواقع المدروسة مع الواقع الفعلي المعاش للمرأة العربية.

❖ **الدراسة الثالثة:** من إعداد الباحث: وتحمل عنوان: "**المرأة والحرب والسينما، 1939-1945: إطلالة على القوالب النمطية الجنسانية**"[5]

كانت الحرب العالمية الثانية فترة رئيسية في تاريخ المملكة المتحدة للمرأة وتمثيلها السينمائي، ومن خلال تحليل الأرقام الرسمية عن المرأة والعمالة خلال الحرب، يوضح هذا المقال كيف لعبت المرأة دورا أساسيا في "المجهود الحربي". ثم يدرس المقال الردود التي قدمتها السينما على هذا النداء للمرأة، ويسلط الضوء على الأدوار الجديدة التي تسعى المرأة إلى القيام بها، ولكنه يواصل أيضا، في بعض الأحيان، دعم المواقف الأكثر تقليدية. من خلال تحليل مجموعة واسعة من الأفلام المنتجة خلال الحرب، من أنواع الأفلام المختلفة - أفلام الخيال والأفلام الوثائقية والأفلام المنبثقة من القوات المسلحة - نشهد ظهور نوع جديد من البطلات السينمائيات، "بطلة الحرب"، مبتكرة في شجاعة وروح المبادرة التي يمكن أن تظهرها، ولكن في نهاية المطاف، تحترم حدود الأدوار التقليدية المرتبطة بالأنواع الذكورية والأنثوية. في الختام، يسأل المقال إلى أي مدى كان من الممكن إدامة أدوار الأفلام المبتكرة هذه في هذا النوع في فترة ما بعد الحرب.

وقد أجري البحث الذي انبثقت عنه هذه المادة كتحري في فترة معينة من تاريخ المرأة في المملكة المتحدة، وهي فترة الحرب العالمية الثانية، وهي مرتبطة على نحو أكثر تحديدا بتاريخ التمثيل السينمائي للمرأة في هذا البلد. ويتناول المقال مدى حاجة المملكة المتحدة إلى المرأة خلال الحرب العالمية الثانية والطرق التي استجابت بها السينما لهذه الحاجة، من خلال العمل على تمثيل وتسويق صورة المرأة، وهي غالبا ما كانت تظهر

وتعزز أدوارا ونماذج جديدة للجنسين(الذكور والإناث)، ولكنها تستمر في بعض الأحيان في التعبير عن هواجس معينة تتعلق بشأن التوزيع الجنساني للمهام التي تكشف، وربما نصفها دون وعي، عن المجالات التي أصبحت أكثر حساسية بسبب تجنيد النساء يومها بشكل مهول في معسكرات الرجال

إنّ هذه الدراسة تتناول تحديدا التحولات في مكانة المرأة داخل القوى العاملة (خاصة المجندين) خلال الحرب، استجابة لحاجة البلاد إلى المزيد من الجنود، ثم تنتقل إلى دراسة مكانة المرأة ضمن التمثيل السينمائي، وذلك من خلال تحليل عدد من الأفلام المعروفة والأكثر شهرة في تلك الفترة. وتبين الدراسة كيف ظهرت الشخصية النسائية، فهي غالبا ما تكون بطلة مركزية، قادرة على إظهار المبادرة والتصميم.

لقد بيّن هذا البحث أن نوعا جديدا إلى حد ما من بطلات الحرب السينمائيات قد ظهر إلى حيز الوجود، إذ أن الشخصية النسوية حافظت على صفاتها الأنثوية، وفي الوقت نفسه أظهرت الأفلام مجموعة جديدة من الخصائص - الاستقلالية والحيلة والمرونة. يمكن أن تكون هذه الشخصيات أصدقاء على قدم المساواة مع الشخصيات الذكور وتعمل جنبا إلى جنب معهم في ظروف طبيعية كاملة.

- ❖ الدراسة الرابعة: تحمل عنوان: "**المرأة العربية في عناوين الأخبار خلال الربيع العربي: الصورة والتصور في ألمانيا**"[6]

تتناول هذه الدراسة المرحلة الأولى من مشروع بحثي حول تصور طلاب الجامعات الألمانية للمرأة العربية ومدى تأثرهم بتمثيل هذه الأخيرة في الصحافة الغربية خلال الربيع العربي، وقد تم الجمع فيها بين تحليل الخطاب والمناهج اللغوية للتحقيق في العلاقة بين العناصر المعجمية التي يستخدمها الطلاب للتعبير عن مواقفهم تجاه النساء العربيات وتلك التي تظهر في عناوين الأخبار المنشورة في وسائل الإعلام البريطانية والأمريكية والألمانية.

المنهجية: أجريت هذه الدراسة على ثلاث مراحل: (1) أولاً تمّ تعميم استبيان هدفه استكشاف وسائل الإعلام التي عادة ما يقرأها طلاب الجامعات الألمانية ومواقفهم تجاه المرأة العربية ؛ (2) ثم تحديد التقارير المنشورة عنها خلال هذه الفترة أكتوبر 2010 - ديسمبر 2014 من قبل وسائل الإعلام التي يقرأها المشاركون في الغالب ، وجمع مجموعة من العناوين الرئيسية من هذه التقارير لتحليلنا ؛ (3) أخيرًا تم تحليل عناوين المفردات المختارة لوصف المرأة العربية ، ومن ثم المقارنة مع أولئك الذين يستخدمهم الطلاب للتعبير عن مواقفهم اتجاههن.

تظهر النتائج أن تصوير المرأة العربية في عناوين الأخبار الغربية له تأثير واضح على آراء الطلاب الألمان عنها. تظهر النتائج أيضا أن المشاركين لدينا يميلون إلى أن يكونوا على دراية بهذا التأثير، والذي يمكن أن يكون جزئيا بسبب معرفتهم بتحليل الخطاب كطلاب لغويات. ولهذه النتائج آثار على إدماج التثقيف الإعلامي بصورة منهجية في الدورات الجامعية العامة.

3. مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

الصورة الذهنية: ورد في لسان العرب لابن منظور مادة (ص، و، ر)، أن الصورة هي الشكل والجمع صور، و قد صوّره فتصور، و تصورت الشيء أي توهمت صورته، فتصور لي ، أما التصاوير فهي التماثيل[7].

كما وردت في المعجم الفلسفي لجورج صليبا على النحو التالي[8] :

- هي الشكل الهندسي : Figure géométrique صورة التمثال، الأنف،...
- و هي الصفة التي يكون عليها الشيء كقولنا : خلق الله آدم على صورته.
- و هي النوع، فيقال هذا الأمر على ثلاث صور أي على ثلاثة أنواع.
- و قد تطلق الصورة على ما يجب أن يكون عليه الشيء حتى يطابق الشروط القانونية (صورة العقد) ، كما يطلق على ما يرسمه المصور بالقلم أو

آلة التصوير، أو على ارتسام خيال الشيء في المرآة أو في الذهن، أو على ذكرى الشيء المحسوس، فتصور الشيء أي تخيله واستحضر صورته.

كما ورد تعريف الصورة في المعجم الوسيط على أنها الشكل والتمثال المجسّم، ويقال هذا الأمر على ثلاث صور وصورة الشيء ماهيته المجردة، وصورته خياله في الذهن أو العقل[9].

تعريف الصورة الذهنية اصطلاحا: تعرف الصورة الذهنية على أنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكوّن عند الأفراد والجماعات نحو شخص أو نظام معين، أو شعب أو جنس ما، أو تجاه المنشآت والمنظمات المحلية والدولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وهذه الانطباعات تتكون من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، حيث ترتبط بعواطف واتجاهات الأفراد، بغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها هذه التجارب[10].

ويشير الدكتور محمد منير حجاب في الموسوعة الإعلامية، إلى أن الصورة الذهنية هي الانطباع الذي يكوّنه الفرد عن الأشياء المحيطة به، متأثرا بالمعلومات المختزنة عنها، وفهمه لها، وبذلك فإن الصورة الذهنية هي نتاج تفاعل عناصر المعرفة والإدراك[11]، وتتجسد في الخبرة الشخصية والعمليات الاتصالية المباشرة وغير المباشرة (الجماهيرية).

وقد ورد تعريفها في قاموس***webster*** الشهير على أنها التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هي محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة، أو هي تحليل لما أدركته حواس الرؤية أو السمع، أو الشم أو التذوق[12].

وهناك من يعرف الصور الذهنية على أنها مجموعة من الأحكام والانطباعات القديمة المتوارثة أو الجديدة المستحدثة، الإيجابية منها أو السلبية، والتي يأخذها

شخص أو جماعة أو مجتمع عن الآخر، فتستخدم بعد ذلك أساسا ومنطلقا للتقييم وتحديد ردود الأفعال[13].

4. منهج الدراسة وأدواتها:

يعتبر تحديد المنهج المستخدم في الدراسة أحد أهم الخطوات العلمية التي يقوم بها الباحث، كونه يحدد مسار ونتائج الدراسة بشكل يجيب عن تساؤلاتها، ويعرف: "على أنه الطريقة السليمة التي يعتمدها الباحث للوصول إلى هدفه المنشود الذي حدده في بداية بحثه "،[14] ويعتبر المسار المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في البحوث العلمية بالارتكاز على جملة من القواعد والمبادئ التي تهيمن على سيد العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى الأهداف المرجوة،[15] فهو الطريقة العلمية المنظمة التي يستعين بها الباحث لاستكمال بحثه.[16]

وقد تم الاعتماد على السيميولوجيا كمقاربة منهجية أساسية في هذه الدراسة، **والسيميولوجيا** عند دي سوسير تتناول ثلاث محاور رئيسيةٍ كبرى هي:

الدليل في حد ذاته، ويسمى أيضا بالإشارة، أين تتم دراسة الدليل ووسائل توصيله والأساليب التي تربطه مع الأفراد الذين يستعملونه.

النظم أو الآنية: وهي الأوضاع التي من خلالها تستعمل هذه الدلائل، والأساليب التي تطورت في نطاقها هذه الأوضاع حسب احتياجات المجتمع وثقافته.

الثقافة: وهي التي نستعمل في إطارها النظم والدلائل، وهي عند دي سوسير ارتباطٌ بين دال ومدلول بما يُكوّن لنا معنى، ويؤكد على أن الدليل لا يكون إلا في إطار نظام معين وهذا الأخير (النظام) ما هو إلا مجموعة من العلاقات المتداخلة أو المتعارضة أو المتماثلة بين الدلائل التي تكوّنه، إذ أن هدف السيميولوجيا هو اكتشاف معنى الدليل، بدايةً بالدليل اللفظي وصولاً إلى المعاني الظاهرة والباطنة، في إطار السياق العام للنظم والثقافة السائدة في المجتمع[17]، وفي هذا الإطار تمّ الاعتماد على:

1-المنهج النصي: التحليل النصي كمنهج يقوم على اعتبار الفيلم نصا (خطابا)، يضعه صاحب الفيلم ويتم توجيهه إلى المتلقي لغرض ما، بمعنى أن النص الفيلمي هو الفيلم كوحدة خطاب، وهو تشغيل مركب من رموز اللغة السيميائية (صوت+صورة) [18]. فإذا نظرنا إلى الصورة وجدناها مؤلفة من كل ما تراه العين من مشاهد ومناظر، تنتظم وتتناسق بشكل يعطي للمشاهد معان مختلفة، وفق عدد من الأبعاد (اللقطة ونوعها، زاوية التقاطها، حركة الكاميرا أثناء التصوير .....، أما فيما يخص الصوت فهو كل ما يتناهى إلى سمع المتلقي من كلام وضجيج، وموسيقى وأصوات طبيعية.

استنادا إلى ما سبق، اعتمدت في هذه الدراسة على طريقة (رولان بارن) الذي قام بتطبيق منهج التحليل النصي وفق ثلاثة أنظمة هي: *التعيين والتضمين *المرجع *الثقافة.

أ- التعيين والتضمين: وتختص ثنائية التعيين والتضمين بدراسة العلاقة بين الدال والمدلول، فالتعيين يقصد به المعاني الواضحة والجلية والظاهرة، بمعنى دراسة المعاني الظاهرة للمنشور النصي والمرئي والصورة كذلك، والتي يتم التعبير عنها سيميولوجيا بالدوال، أما التضمين فيحاول الباحث من خلاله استكشاف المعاني الكامنة في الرسالة الإعلامية، وفك الشيفرات والرموز المتضمنة فيها، للوصول إلى فهم أعمق للمضمون المقدم.

ب- المرجع: و نقصد به السياق العام الذي يتم فيه تكوين الرسالة النصية، و إرسالها من مرسلها إلى المتلقي، فالمرجع هو الخلفية التي من خلالها صاغ صاحب المنشور الأحداث داخل المضمون الذي نشره، سواء كانت حقيقية أم هي من وحي الخيال، و يتعلق الأمر عند الحديث عن المرجع بمجموعة العناصر و الظروف الخاصة بالمرسل، و أخرى بالمتلقي، في حين هناك مجموعة أخرى من الظروف المتعلقة أساسا بالرسالة وهي المنشور هنا في حد ذاته، ففي الحالة الأولى نتحدث عن الأشياء و الأشخاص الموجودين أثناء عملية الإرسال و التلقي، و هو ما يسميه (رومان جاكويسون) بالمرجع الوضعي، أما

في الحالة الثانية فإننا نتحدث عن الواقع الغائب مجسدا في الرسالة، و هو ما نسميه بالمرجع النصي، الذي يسعى للكشف عن الدلالات و المعاني من خلاله، لا سيما في ظل غياب التواصل المباشر بين القائم بالاتصال و المتلقي، إذ يتم تعويض هذا التواصل بالمنشور التواصلي، الذي يسعى الباحث إلى قراءته وفق مناهج خاصة بها.

ج- الثقافة: تعود كلمة ثقافة في معانيها اللغوية إلى أصولها اللاتينية إذ يقابلها Culture بالفرنسية، و هي مشتقة من كلمة لاتينية cultuvare التي تعني الزراعة، يرى مالك بن نبي أن استعمال كلمة ثقافة Cultureبمعنى زراعة، هي استعارة عن تأثر الإنسان الأوروبي بالأرض بصفتها من أهم رموزه الحضارية ونقطة قوة انطلاقة مختلف الوظائف الحيوية الأخرى كما تشكل نقطة ارتكاز و بعث التحول لمختلف الحضارات المتعاقبة في وقت بلغت فيه النهضة الفكرية أولى بداياتها (القرن16)، لتعبر في مرحلة موالية عن مجموع ثمرات الفكر في ميادين الفن، الفلسفة، القانون، و يرتكز مفهوم الثقافة في هذه الدراسة، أثناء عملية التحليل الفيلمي على استنباط الدلالات و المعاني و استقراء النتائج و الدلالات التي تتشكل وفق نسق جماعي يتفق فيه المجتمع على معاني الأشياء بطريقة تكاد تكون تماثلية. [19]

فمنهج التحليل النصي يركز على اعتبار الفيلم نصا يحدد أن الفيلم في تحليله، من خلال 3 أنظمة وهي:

- التعيين والتضمين: فالتعيين يدرس المعاني الواضحة والجلية الموجودة في المنشورات أما التضمين فهو دراسة المعاني الكامنة والخفية فيها وفك الشفرات والرموز المتضمنة للوصول إلى مضمون أعمق.

- المرجع: وهو السياق والخلفية التي من خلالها صاغ صاحب المنشور المضمون.

- الثقافة: من خلال تحليل الفيلم واستنباط الدلالات والمعاني والصور التي ظهرت من خلال مضمون المنشورات الثلاثة الموجودة في العينة والمعاني التي أضافتها

هذه المنشورات في تشكيل نسق جماعي لصورة المرأة في الفضاء الإلكتروني خلال الهجومات الأخيرة على غزة.

كما تمّ الاعتماد على: **منهج التحليل النقدي للخطاب** في هذه الدراسة، والذي سنتفحص من خلاله محتوى المواقع الالكترونية، لفهم طبيعة الصورة التي يتمّ تسويقها عن المرأة العربية خلال زمن النزاعات، بالتطبيق على حالة المرأة العربية خلال الهجومات الإسرائيلية الأخيرة على غزة.

ويعتبر التحليل النقدي للخطاب اتجاها حديثا في البحث العلمي، حظي بأهمية كبيرة في العصر الحالي، إذ أضحى من أكثر التخصصات حضورا، ويعد موضوعا جديدا على الثقافة العربية المعاصرة، ولا تزال جهود الباحثين نحو ترجمته متواصلة إلى اليوم،[20] وجاء هذا الاهتمام نتيجة لالتزام سياسي بالدفاع عن الطبقات المضطهدة في المجتمع، ونتيجة لوعي نظري بكون الأيديولوجيا تتمظهر في الخطاب وفق أشكال لغوية وبصرية عديدة،[21] فإذا شئنا الحديث عن التحليل النقدي للخطاب فإننا سنتوقف بالضرورة عند اللبس الذي أفرزه مصطلح "التحليل النقدي"، الذي يحيل إلى أنه مرتبط بالدراسات النقدية للأعمال الأدبية؛ ببساطة أكثر فالفكرة الغالبة لهذا المصطلح هي أنه منهج نقدي للتمييز بين مواطن الجودة والرداءة، لكن في الحقيقة ليس له علاقة بالنقد الجمالي أو البنيوي أو النفسي أو الثقافي...، وإنما هو منهج يقتصد كشف النوايا والأهداف غير الصريحة المضمرة في الخطاب الأدبي، أو السياسي أو الإعلامي، أو القانوني، أو الاقتصادي، أو الدعوي، أو الإعلاني، أو السينمائي أو أي صنف من أصناف الخطابات الأخرى.[22] وهذا ما يؤكده "توين فون ديك" الذي يرجع مبادئ التحليل النقدي للخطاب إلى النظرية النقدية "مدرسة فرانكفورت" قبل الحرب العالمية الثانية، أين ركزت على اللغة والخطاب فضلا عن اندماجها مع اللسانيات النقدية في نهاية السبعينيات".[23]

بمعنى أنه منهج حديث منبثق عن تحليل الخطاب، يبحث في الخبايا والمعاني اللغوية، معتبرا إياها ممارسة اجتماعية، وراءها أيديولوجية معينة قد يكون مصدرها سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي، ويهدف إلى فك شفرة النص بما يحمله من رسائل وميول .

5. **مجتمع البحث والعينة:** مجتمع البحث: يقصد به مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث او التقصي.[24]، أو كما يعرفه الباحثين الآخرين على أنه "جميع المفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث"[25]

أما مجتمع البحث في دراستنا هذه فيتمثل في مجموعة الصور والنصوص والفيديوهات التي تمّ نشرها في المواقع الإلكترونية العربية والتي تظهر فيها صورة المرأة خلال الهجومات الإسرائيلية الأخيرة على غزة، أو ما يعرف بمواجهات القدس 2021 أو معركة سيف القدس 2021 وهي اشتباكاتٌ بدأت بتوترٍ بين متظاهرين فلسطينيين وشرطة إسرائيل في 6 ماي 2021 نتيجة قرار المحكمة الإسرائيلية العليا بشأن إخلاء سبع عائلات فلسطينية من منازلها في حي الشيخ جراح في الجانب الشرقي من البلدة القديمة في القدس لإسكان مستوطنين إسرائيليين .

تفجرت الأحداث مساء يوم الجمعة 7 ماي 2021 الموافق 25رمضان1442 ، بعدما اقتحم آلاف من جنود الشرطة الإسرائيلية- في عمليةٍ استفزازيةٍ- باحات المسجد الأقصى واعتدوا على المصلين ما أسفر عن إصابة أكثر من 205 مدني فلسطيني في المسجد الأقصى وباب العامود والشيخ جراح، كما وقعت مواجهات عنيفة صباح يوم الاثنين 10 مايو 2021 الموافق 28رمضان 1442 هـ بعد اقتحام آلاف من أفراد الشرطة الإسرائيلية المسجد الأقصى وأسفرت عن إصابة أكثر من 331 مدني فلسطيني كان بينهم 7 حالات خطرة للغاية ومسعفون وصحفيون في المسجد ومحيط البلدة

القديمة، وقد تزامنت المواجهات مع الأيام العشر الأواخر من شهر رمضان 1442 هـ بالنسبة للفلسطينيين، ويوم دمج شطري القدس بالنسبة للإسرائيليين.

انتهت الاشتباكات بوقف لإطلاق النار دخل حيز التنفيذ في الساعة الثانية فجرًا من يوم الجمعة 21 مايو، وذلك بوساطة دولية قادتها مصر[26].

اختيار العينة: تعرّف العينة على أنها:" مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية او الميدانية ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا ومتكافئا مع المجتمع الأصلي ويمكن تعميم نتائجها عليه"[27]

اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية، نظرا لما توفره هذه الطريقة على الباحث الكثير من الوقت والجهد الذي يبذله في اختيار العينة، وبعد الاطلاع على المضامين الإلكترونية التي يمكن أن تخدم أغراض البحث وتتيح لنا توصيف صورة المرأة التي يتمّ تسويقها عبر المواقع الإلكترونية خاصة خلال هجومات غزة، تم الاتفاق على اختيار طريقة البحث التي تعتمد على خوارزميات الفيسبوك والتويتر في فرز وتعدين البيانات، حيث أننا ومن خلال خانة البحث من خلال هاتين المنصتين توصلنا إلى اختيار المنشورات التي يمكننا من خلالها تحقيق أهداف هذه الدراسة، وبطريقة قصدية أيضا اخترنا ستة من المنشورات الأكثر متابعة وإعجابا من قبل المستخدمين خلال هذا النزاع (هجومات غزة الأخيرة)وهي: كلها عبارة عن صور للنساء الفلسطينيات وهن تؤدين واجبهن في المقاومة أ تعايشن أحداث حي الشيخ جراح، أو الهجوم الموازي على غزة أنداك؟

6. النتائج العامة للدراسة:

بيّنت نتائج التحليل عن تباين الصورة التي تنقلها الصفحات المختلفة عن المرأة خلال أزمة الهجومات الأخيرة على غزة خلال رمضان 2021 ويمكن تفكيك بنية ذه الصورة على الشكل التالي:

❖ صور المرابطات في المسجد الأقصى:



اضطلعت المرأة الفلسطينيّة بأدوار مهمّة في المجتمع الفلسطينيّ، لخصوصيّة موقعها في بيئة صمود ومقاومة، يتجلّى دورها في جلّ المنعطفات والحوادث الّتي تمرّ بها القضيّة الفلسطينيّة، أكان ذلك على صعيد أفعال المقاومة والعمليّات النضاليّة بمختلف أشكالها، أم على صعيد أنّها جزء من الهياكل التنظيميّة في الأحزاب والفصائل الفلسطينيّة، والحياة السياسيّة عامّة، واليوم يبدو دورها جليًّا في الحراكات الشعبيّة في سياقها الحاليّ، الّذي شكّلت فيه المرأة الفلسطينيّة رقمًا صعبًا، ومن جانب آخر، ثمّة نضال تفرّدت به المرأة الفلسطينيّة دون غيرها في مدينة القدس، منذ موجة الاستهداف المكثّف للمدينة، المترافق مع حالة التردّي العربيّ، والانقسام الفلسطينيّ؛ فبرز دور المرأة عبر المشاركة الفعليّة في العمليّات الفدائيّة، والمشاركة في المظاهرات والاعتصامات، وشكّلت حالات شعبيّة نسائيّة متفرّدة في فصول النضال الفلسطينيّ في القدس، تمكّنت من تحقيق نجاحات عدّة[28]، ومن بين أبرز حركات الاحتجاج التي كانت مجدية وقتها نجد الرباط، ومنه جاء مصطلح المرابطات المقدسيات.في العام 2010 قرر المقدسيِّون بدأ مرحلة جديدة ممنهجة ومنظمة لصد مخطط الاحتلال وإفشاله، وهنا كان **الرباط**، وهو ملازمة المسجد الأقصى ومداومة

التواجد فيه وعدم الانصراف عنه حتى لا يكون شاغرا وحيدا، وتتم عملية التنسيق بين المرابطين حتى يمتلئ المسجد في كل وقت مع ممارستهم أشغالهم اليومية وأدوارهم الطبيعية.

هنا تجلى دور المرابطات الفضليات، فهن يبدأن في رباطهن من الساعات الأولى، يدخلن في زيّهن الطبيعي ويحتشدن قبل الثامنة صباحا قبل موعد الاقتحامات، فإذا ما تم الاقتحام وسط حماية جنود الاحتلال تهتز ساحات الأقصى بهتافات المرابطات وتكبيرهن وتبدأ معركة بينهن وبين جنود الاحتلال، حتى يفزع المقتحمون وتتناقص أعدادهم بسبب الخوف والفزع الَّذَين يسببانهما تكبيرات المربطات واحتشادهن[29]، تلعب النساء الفلسطينيات دورًا مركزيًا في عملية الرباط في المسجد الأقصى، فقد عايشت ظاهرة المرابطات وطالبات "مصاطب العلم" في المسجد الأقصى.. شرائح متنوّعة من المجتمع النسويّ في القدس وأراضي 48، وشكّلت تلك التجربة لهنّ، منعطفًا مهمًّا في حياتهنّ، ومساحة خصبة بالتفاصيل اليوميّة الحياتيّة الّتي وظّفتها تلك المرابطات في مجابهة شرطة الاستعمار ومستوطنيه المقتحمين للمسجد الأقصى[30]

بالعودة إلى الأحداث الأخيرة على غزة، نلاحظ الانتشار الكبير للمنشورات التي تصور المرأة الفلسطينية، خاصة المقدسيات المرابطات في ساحات الأقصى، خلال شهر رمضان الكريم، كما تشير إليه الصورة أعلاه للمرابطتين هنادي الحلواني وخديجة خويص، في تحدي **المقلوبة**، حيث تظهران في لقطة عكس غطسية، بلباسهما المتديّن، وخلفهما عناصر من الشرطة الإسرائيلية، وقد فرشتا سفرة الطعام رفقة زميلاتهن في الرباط المقدسي، وخلال إعدادهن لوجبة الإفطار حيث تزامنت الهجومات الإسرائيلية على الأقصى مع شهر رمضان الكريم.

الصورة تحمل في أبعادها دلالات رمزية عميقة، تحيل إلى ثلاثية (الأرض، الدين، العادات) فالأرض يجسّدها الشارع في الخلفية ذو الملامح المقدسية تجتمع فيه المرابطات، وترابطن فيه، معلنات بأن القدس للفلسطينيين وستبقى كذلك، أما لباس

المرابطات فيحيل إلى الهوية الدينية لهن، أما الأكلة الشعبية " المقلوبة فتعرف في الوسط المقدسي بـ"أكلة النصر"، أطلقه عليها القائد صلاح الدين الأيوبي، حين فتح القدس سنة 1187م، وقد كانت تسمى من قبل بـ"الباذنجانية"، نظرا لأنها تطبخ أساسا من الباذنجان.

وسمّيت "مقلوبة"، لأنّه يتمّ وضع اللحم أو الدجاج مع الخضار في قاع الوعاء الذي تطبخ فيه، ثمّ تقلب عند تقديمها، بحيث يصبح الأرزّ أسفل الطعام، أمّا الخضار واللحم فتصبح في الأعلى، تحولت طبخة المقلوبة من أكلة بيوت المقدسيين، إلى أكلة المرابطات بالمسجد الأقصى منذ سنة 2015، خلال شهر رمضان، بمبادرة من المرابطة المقدسية هنادي حلواني، التي دعت المرابطات المبعدات وأقاربها إلى تناول طبخة المقلوبة



على باب السلسلة بالمسجد الأقصى، وكان ذلك بهدف تحدي قوات الاحتلال الصهيوني، التي قامت في تلك السنة بإبعادها عن الأقصى[31].

هنادي الحلواني رفقة المرابطات عند حاجز شرطة في القدس المحتلة

نفس الصوة من حيث الشخصيات المتضمنة، المرابطات الفلسطينيات في لقطة **متوسطة** في مواجهة الشرطة الإسرائيلية في المسجد الأقصى، تظهر المناضلة هنادي الحلواني وخديجة خويص تقريبا في كل صور المرابطات خلال الأحداث الأخيرة على غزة، وقد صارتا أيقونتين في ميدان المقاومة الشعبية النسوية في فلسطين وفي العام ككل، ورفقة زميلاتهن ترفعن الكتاب المقدس " القرآن الكريم "، في مواجهة الشرط الإسرائيلية هاتفات وملوحات بأيديهن بعلامة النّصر، ودائما يحضر الرمز الديني من خلال اللباس الشرعي، يدعمه في هذه المرة القرآن الكريم المحمول من قبل المرابطات في إشارة إلى قداس الأرض التي تنتمين إليها، ولسان حالهن هو ما عبرت عنه إحدى المرابطات يوماً: **لقد تربّينا في ساحة المسجد الأقصى، هو مكان مؤهّل للعيش الاجتماعيّ، فيه مدارس وعيادات ومساجد ومتحف، وأماكن تعليم، وساحات نقضي فيها أوقاتنا بفرح. الأقصى متنفّسنا، نتناول فيه الطعام، ونرى الأقارب، ونسمع الأخبار، ونتبادل الأحاديث. فيه كلّ مقوّمات العيش الاجتماعيّ، بل الّذي يميل إلى الترفيه أيضًا[32]."**

❖ **صور من مقاومة طلاء الأظافر (الشابات الفلسطينيات المتحررات في مواجهة العدو الإسر ائيلي):**



انتشرت في فيديوهات اليوتيوب وصفحات التواصل الاجتماعي وعبر الفيسبوك والتويتر نماذج مغايرة لمقامة المرأة الفلسطينية، لا سيما في القدس وفي قطاع غزة، وعلى خلاف النموذج المتدين للمرابطات في الأقصى، إنه نموذج لشابات فلسطينيات متمردات، لا يختلف عندهن ارتداء الجلباب والحجاب أو الحجاب والبنطلون الضيق أو الشعر المفلوت مع فعل المقاومة، إنهن تقفن في مواجهة العدو الإسرائيلي في كل مكان، وتتحدين سلاح العساكر، ساعدهن كثيرا تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، وهكذا فإن مظهر المرأة الفلسطينية وهي تقاوم العدو، المتنوع ما بين البناطيل الضيقة من جهة والحجاب من جهة أخرى، أو حتى كلاهما معا، أدى إلى خلخلة القراءات المهيمنة والصور المفروضة عليهن، وأن التباين ما بين السلاح والحجر ومظهر الفتيات الفلسطينيات العصري هو ما ساعد على انتشار صور هذه الأجساد التي رفضت أن تنحصر في حدود محددة لجنسها، فحملت حجرا أو حتى سكينا يلمع كلمعان طلاء أظافرهن، وفي هذا الصدد قالت وكالة رويترز: " **تقوم المراهقات الفلسطينيات بحمل الحجارة إلى الصفوف الأمامية في الاحتجاجات في رام الله، وأظافرهن مطلية بألوان زاهية، بينما يرتدين الجينز الضيق، ويحملن أحدث الهواتف الذكية في حقائب اليد العصرية"**، بل وأطلقت وكالة رويترز على المقاومة النسوية لقب: انتفاضة الهواتف السمارت فون"[33].

إن انتشار مثل هذه الصور شكّل صدمة حقيقية للمحتل، ولبعض أطياف المقاومة، فإذا كان الاحتلال يمعن في تسويق الصورة النمطية للمحجّبات الإرهابيات ممن يقاومن الوجود الإسرائيلي في فلسطين، وهي الصورة التي تتوافق مع النمطية التي تنتشر في العالم الغربي، فإن المقاومة أو بعض من أطيافها،



حاولت كثيرا الحفاظ على النموذج النسائي في المقاومة الذي يتناسب مع العقلية الذكورية في المجتمعات العربية، والذي يميل إلى الانصياع المجتمعي والرضوخ لسلطة الرجل، والتناغم مع الأحكام الدينية ومنها المظهر الخارجي للمرأة.

اللقطات المتوسطة السابقة تظهر بوضوح نموذجا حداثيا متحررا للمرأة المقاومة، الجينز الأزرق، والشعر المتناثر، أجساد نحيلة وأوجه جميلة في مواجهة أعداد من الجنود الإسرائيليين، حيث يمكن للمعادلة العالمية للإرهاب أن تهتز في لحظة، فلا تلتقي الأنوثة مهما حاولنا بفعل الإرهاب، وهذا يقودنا إلى إعادة التفكير إما في مفهوم الإرهاب، أو في حقيقة المقاومة داخل فلسطين من خلال نموذج هؤلاء الشابات.

إن مقاومة طلاء الأظافر، ورموزاً أخرى، شوهت الصورة التي يريد الاحتلال نشرها عن المرأة الفلسطينية، فشئنا أم أبينا، أسبغ هذا الطلاء مسحة إنسانية على صورة المرأة الفلسطينية، التي تمارس حياتها، فتشتري الطلاء، وتجلس منتظرة أن

يجف، أو حتى أنها إنسانة، كغيرها، تذهب إلى صالون التجميل، وتتبع المظهر السائد للنساء في العالم. فطلاء الأظافر صعّب على الاحتلال مهمته، فهو مرتبط في الخيال الجماعي، في مختلف بقاع العالم، بالأنوثة الناعمة، وهو بذلك لا يتلاءم مع صورة الإرهاب في الذاكرة الجماعية، كما خلق طلاء الأظافر تبايناً لصورة الضحية، التي تحتاج إلى إنقاذ. فكسر الصور النمطية الغربية الاستشرافية، بما فيها النسوية الغربية، التي تتوقع من النساء العربيات أن يكن ضحايا تنتظرن مساعدة من أخواتها ذوات البشرة البيضاء لإنقاذها، ليس من الاحتلال، بل من الرجال العرب. فخلط طلاء الأظافر مع الحجر، يمحو صورة الضحية، ويجعل من المرأة الفلسطينية، أنثى تمارس، في المعايير المهيمنة، حياتها بشكل طبيعي، وتحمل الحجر لتدافع عن نفسها وعن قضيتها[34].

وقد قالت الصحفية ميليا بوجودة في هذا الصدد[35]:

" يحملنَ حجارتهنّ.. يلبسنَ كفافيهنّ.. ويصوّبنَ غضبهنّ صوب المحتلّ. الغضب حقّ لهنّ. الغضب يليق بهنّ. أما هنّ، ففلسطينيات شابات ومراهقات-أطفال، تصرّ كلّ واحدة منهنّ على الهتاف - ولو في سرّها - "وطني مسبيّ لكنّي الطلقة"، ويجعلنَ حجارتهنّ طلقاتهنّ. ربما لم يسمعنَ يوماً أحمد قعبور ينشد "يا نبض الضفّة"، لكنهنّ ينشدنَ باختلاف أشكال مقاومتهنّ و أينما وجدنَ على امتداد التراب الفلسطينيّ: "فليُمسي وطني حرّا، فليرحل محتلّي فليرحل.. فليُمسي وطني حرّا فليرحل محتلّي.".

تُلتقط صورهنّ. ويقف العالم متعجباً. هؤلاء، لم تُعقهنّ أنوثتهنّ عن حمل حجارة أرضهنّ ورشق منتهكيها بها. تُلتقط صورهنّ، ويُظَنّ أنها توثيق لبسالة مستجدّة لطالما أُلحِقت بمواطنيهنّ الذكور. ويُظَنّ أنها توثيق لظاهرة طارئة غريبة عن هذه الأرض. كأنّما مصوّرو تلك اللقطات - ومتلقّوها - لم يسمعوا يوماً بأن هذه الأرض ولّادة، تنبت أحراراً ثائرين. هي تمنحهم الحياة غير آبهة بجنسهم. يكفي أنهم فلذات كبدها".

● **الحياة اليومية للفلسطينيات... الوجه الآخر للمقاومة:**

من بين أهم تمظهرات الخطاب الإلكتروني حول أزمة الهجومات على قطاع غزة الأخيرة، ازدياد وتيرة النشر في مواقع التواصل الاجتماع لتفاصيل الحياة اليومية سواء في قطاع غزة أو في بيت المقدس وحوالي المسجد الأقصى، ويعتبر نشر التفاصيل الخاصة بالحياة اليومية للنساء الفلسطينيات وهن في أوضاعهن العادية وتمارسن أدوارهن في الحياة بالتوازي مع الرجل وأي شريحة أخرى في المجتمع، شكلا آخر من أشكالا المقاومة الشعبية في فلسطين، سواء للمرأة أو لغيرها، ففي اللقطة المتوسطة التي أمامنا والتي يظهر فيها شرطيين إسرائيليين تقابلها سيدة فلسطينية، بوجه مبتسم ضاحك، حيث الابتسامة تواجه



السلاح والقوة، وحيث الرسالة العميقة بالاستمرارية في الحياة، ما يعطي الانطباع بأن الأصل باق لأنهن هنا منذ الأزل والأرض أرضهن، والدار دارهن، وأنهن مستمرات في الحياة وفي المقاومة.

يتبعها في الجانب الآخر صور للناشطات الفلسطينيات ممن كرسن جهودهن للدفاع عن القدس، وعن سكانها، ورفض الترحيل والتهجير والاستيطان بكافة أشكاله،

كما تشير إلية الصورة الموالية، للناشطة المقدسية **منى الكرد**، التي تقضي معظم يومياتها ما بين دفاع عن الأقصى من خلال مقاومة التهجير وتبني قضية حي الشيخ جراح، وتوثيق لحظات التعدي على الفلسطينيين من قبل الجيش والشرطة الإسرائيليين، وهي تستخدم في ذلك كل وسائل التواصل الاجتماعي المتوافرة، من أجل إيصال أصوات سكان الحي أصوات الفلسطينيين ككل للعالم أجمع.

في الحقيقة يمكن اختزال المشهد المقدسي تحت الاحتلال كالتالي: انتشار يومي مكثّف لقوات الاحتلال خاصة في البلدة القديمة وما حولها، والتي تقوم باستفزاز المقدسيين والتنكيل بهم. وهناك الأوضاع الاقتصادية المتردية للمقدسيين، وتزايُد نسب البطالة بين الشبان منهم، إضافة إلى الضرائب والأعباء المالية التي تفرضها سلطات الاحتلال عليهم. تُذكر أيضًا التعقيدات الاستعمارية القانونية؛



فعلى المقدسي أن يثبت بشكل دائم وبوثائق كثيرة تطلبها منه سلطات الاحتلال، أنه يقيم في القدس ليحصل على تجديد إقامته فيها. يضاف إلى ذلك التهديد المستمر لبيوت ومَحال المقدسيين في البلدة القديمة بالاستيلاء عليها من قبل المستوطنين، وذلك في ظل اعتداءاتهم اليومية على المقدسيين وعلى بيوتهم ومحالهم. وهناك المسجد الأقصى

المهدد دومًا بالاقتحام والتهويد، وسياسات منع الفلسطينيين من دخوله، واعتقالهم بسبب ممارستهم أنشطتهم داخله، أو إبعادهم عنه لفترات تمتد لشهور[36].

في ظل هذه الظروف يصبح **الوجود اليومي** في المدينة فعلَ **مقاومة**؛ يذكر في هذا السياق وعلى سبيل المثال تحوّل سلوكيات مثل تمسّك الفلسطيني ببيته الكائن في القدس، وبوجوده فيها، إلى قيم وطنية راسخة لدى المقدسيين. والممارسات اليومية في القدس، كالوجود اليومي، وتنشيط الحركة الفلسطينية فيها، الاجتماعية والدينية والاقتصادية والثقافية، و**المناكفات** اليومية مع قوات الاحتلال والمستوطنين، تشكل في مجموعها شكلًا من أشكال النضال الاجتماعي الشعبي اليومي في المدينة، تُذكر في هذا السياق كذلك العلاقة القديمة والوثيقة التي تربط المقدسيّ بالمسجد الأقصى؛ فهو أشبه ببيت المقدسيين الكبير، يتواجدون فيه باستمرار ليمارسوا نشاطات مختلفة، اجتماعية وثقافية، إضافة إلى طقوس العبادة. هكذا تصبح العلاقة مع المسجد الأقصى، وفي ظل التهديد الاستعماري اليومي له، ذات أبعاد ليست دينية فحسب، بل وطنية واجتماعية وثقافية، وتصبح ممارسات مثل الصلاة، أو التواجد في ساحات المسجد، وتلقّي العلم فيه، بل وتناول الغداء والدراسة والإنشاد فيه، يصبح كل هذا فعلَ مقاومةٍ شعبيا يمارسه المقدسيون من مختلف الطبقات والأعمار. هذه العلاقة مع المسجد الاقصى تتطور لتأخذ أشكالًا أخرى من المقاومة الشعبية أبرزها: الاعتصام في أوقات تصاعد التهديد الاستعماريّ (كالاعتصام أمام باب الأسباط عام 2017)، والرباط[37].

7. خاتمة:

إنّ نظرة سريعة على محتوى الفضاء الإلكتروني في علاقته بصورة المرأة من خلال التطبيق على صورة المرأة الفلسطينية خلال الهجومات الأخيرة على غزة التي تزامنت مع أحداث حي الشيخ جراح في الأقصى، يكشف لنا حجم التداول الكبير للمنشورات التي تهتم بمقاومة المرأة الفلسطينية على العموم ، ما يسمح بتسويق صورة

معينة عنها، إذ وجدنا بعد التحليل والفحص أنها تتميز بمجموعة من الخصائص: فالمرأة هي المرابطة المتدينة، صاحبة الثبات الديني والجهادي، في تعلق واضح بين الأرض والدين والأقصى، هي الشابة الطموحة، الحداثية المقاومة لكل أشكال الاستيطان، نموذج المرأة العصرية ببنطلونات الجينز، والحقائب العصرية، تحاول تصحيح الصورة النمطية التي يسعى الاستيطان الإسرائيلي أن يثبتها على النساء الفلسطينيات، وهي التي تمارس أنشطتها وحياتها اليومية وتمارس فعل المقاومة بالتوازي مع ذلك.

وتمارس المرأة الفلسطينية المقاومة كما يظهره الخطاب الإلكتروني من خلال عدّة أشكال، منها الرباط في المسجد الأقصى، رفقة المرابطين من الرجال، ومنها التصدي للشرطة والجيش الإسرائيليين بصفة شخصية دون الانتماء لحركة احتجاجية معينة، بالإضافة إلى ممارسة حياتهن العادية لإثبات حضورهن، وأنهن صاحبات الأرض، أما عن الفنيات والجماليات التي تميز بها هذا الخطاب، خاصة وأننا اعتمدنا على الصور المنشورة فقط، فقد تميزت الصور باعتمادها على اللقطات المتوسطة في الغالب، والأمر راجع إلى خاصية التوصيف، لإيصال المعنى، خاصة إذا علمنا بأن الاتجاه السائد في عمليات النشر يعتمد على الاختصار والدقة، فتصبح الصور واللقطات المتوسطة عامل جذب لقدرتها الفائقة على التوصيف ومنه رسم صور واضحة المعالم عن المرأة، وفي المحصلة يمكن القول أن انتشار شبكات التواصل الاجتماعي مضافا إليها حرية النشر والتلقي ساهما في رسم صور إيجابية عن المرأة المقاومة في فلسطين.

قائمة المراجع المعتمدة:

---

[1]- بلقاسم فرحاتي، **البحث العلمي الجامعي بين التحرير و التصميم و التقنيات**، ط 1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 43.

[2]- أحمد نبيل عبد الهادي، **منهجية البحث في العلوم الإنسانية**، عمان، الأردن، 2006، ص-ص 255-256.

3 - ولاء يسري سعيد حسنين، **الصورة الذهنية للمرأة الريفية في السينما المصرية**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دوكتوراه الفلسفة في الاجتماع، تخصص الاتصال و الإعلام، كلية الآداب، قسم الاجتماع، جامعة الإسكندرية، 2019,

[4] - أسماء حمدي قنديل، " **أطر تقديم صورة المرأة والأسرة الخليجية في الإعلام الخليجي** : دراسة تحليلية لعينة من المجلات والمواقع الإلكترونية المتخصصة والجروبات النسائية على موقع الفيسبوك"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 20، جانفي/ مارس 2018، ص –ص 108، 124.

[5] - *Elizabeth de Cacqueray, « **Women, war and cinema, 1939-1945: blitz on gender stereotypes**? », Revue LISA/LISA e-journal [En ligne], Vol. VI – n°4 | 2008, mis en ligne le 20 août 2009, consulté le 30 juillet 2021. URL : http://journals.openedition.org/lisa/1094 ; DOI : https://doi.org/10.4000/lisa.1094*

[6] - *Zahra Mustafa-Awad, Monika Kirner-Ludwig, **Arab women in news headlines duringthe Arab Spring: Image and perception in Germany**, Discourse & Communication, 2017,Vol. 11(5), PP. 515 –538,*

[7] - ابن منظور، **لسان العرب**، دار صادر، بيروت،المجلد العاشر، د س، ص 2623.

[8] - جورج صليبا، **المعجم الفلسفي**،دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982.ص-ص، 741،744.

[9] - مجمع اللغة العربية ، **المعجم الوسيط**، ط 4، مكتبة الشروق الدولية، الأردن،.2004، ص 528.

[10] - علي عجوة،**العلاقات العامة والصورة الذهنية**،عالم الكتب، القاهرة،1983، ص 10

[11]- محمد منير حجاب، **الموسوعة الإعلامية**، المجلد الرابع، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003، د ص.

[12]- علي عجوة، مرجع سبق ذكره، ص 4.

[13]- زينة عبد الستار مجيد الصفار، **الصورة الذهنية و إشكالية العلاقة مع التنميط**، مجلة الباحث الإعلامي، العدد جامعة بغداد، العدد 11 ، 2011، ص –ص 122-123.

[14] عامر إبراهيم قنديلجي، **منخجية البحث العلمي**، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 10.

[15] بلقاسم شتوان، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والإسلامية**، ط1، مطبعة الطالب، الجزائر، 2013، ص 70.

[16] طه عبد العاكلي نجم، **مناهج البحث الإعلامي**، ط1، دار الكتاب الجامعي العين، الإمارات العربية المتحدة، الجمعورية اللبنانية، 2017، ص 17.

[17] جوديث لازار: **سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري**، ترجمة علي وطفة، دار الينابيع للنشر، دمشق، 1994، ص 185.

[18]- جاك أومون، ميشال ماري، **تحليل الأفلام**، ترجمة أنطوان حمصي، منشورات دار الثقافة، دمشق، 1999، ص:41

[19]- لبنى رحموني، **صورة الذات و الآخر في السينما الجز ائرية**، دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الأفلام السينمائية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة قسنطينة3، 2017، ص:41 .

[20] عبد الله حسن عبد الله القايد، **التحليل النقدي للخطاب الإعلامي للدول المحاصرة لقطر مثالا**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في اللغة العربية وآدابها من كلية الآداب والعلوم، جامعة قطر، 2019، ص 1.

[21] سعيد بكار، **التمثيل البصري للمهاجرين من دول جنوب افريقيا: مقاربة سيميائية اجتماعية**، مجلة الثقافة الجنوبية دراسات حول الصورة وثقافتها، الناشر: مركز قصبة، العدد 14، ص 86.

[22] عماد عبد اللطيف، محمد يطاوي وآخرون، **التحليل النقدي للخطاب "مفاهيم ومجالات وتطبيقات"**، ط1، المركز الديمقراطي العربي، برلين-ألمانيا، 2019، ص-ص13-12.

[23] حفيظة مخنفر، **مقاربة سوسيو-لسانية لتحليل خطاب الحياة اليومية - النظرية والمنهج-**، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 15، العدد 26، 2018، ص-ص52-51.

24 موريس انجرس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية**، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون، ط2، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2004؛2006، ص 298.

25 عبد الله سي موسى، **الدراسة الالكترونية في الجز ائر- دراسة في تصميم المو اقع والتفاعلية**، الساورة للدراسات الانسانية والاجتماعية، العدد الاول، ديسمبر 2015، ص177.

[26] - للمزيد أنظر : **الاشتباكات الإسر ائيلية الفلسطينية 2021 -** ويكيبيديا (wikipedia.org)

[27] - سمير محمد حسين، **بحوث الاعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي**، عالم الكتب، القاهرة،2006، ص 293.

[28] - نوار ثابت، كمال جعبري، **الرباط والمر ابطات: تحوّلات النضال الشعبيّ في القدس**، متاح على الرابط: https://www.arab48.com/ (2021/06/18).

29 - للمزيد أنظر: **مر ابطات حول الأقصى.. هكذا قاومت المرأة المقدسية المحتل** | | الجزيرة نت(aljazeera.net) ، (2021/06/19).

30 - للمزيد أنظر: **المقاومة الشعبية في القدس بين السلوك اليومي والعمل المنظّم**(alaraby.co.uk)

31 - للمزيد أنظر: **"مقلوبة.."**صلاح الدين(arabi21.com)

32 - نوار ثابت، كمال جعبري، م س ذ.

33 -شهد وادي، **طلاء الأظافر الفلسطيني يعيد تشكيل المقاومة**، ضمن أعمال المؤتمر الدولي: مشاركة النساء في السلام، الأمن والعمليات الانتقالية في العالم العربي، أعمال مؤتمر مؤسسة فريديريتش إيبرت ومساواة، مركز دراسات المرأة، بيروت، 16/ 18 نوفمبر 2017، ص – ص 30، 31.

34 - المرجع السابق، ص 33.

35 - ميليا بوجودة، **الغضب يليق بهن**، متاح على الرابط: فلسطينيات جميلات (alaraby.co.uk)

[36] - مليحة مسلماني، **المقاومة الشعبية في القدس بين السلوك اليومي والعمل المنظّم**، متاح على الرابط: المقاومة الشعبية في القدس بين السلوك اليومي والعمل المنظّم(alaraby.co.uk)

[37] - المرجع السابق.

التدوين الالكتروني النسوي بين صناعة المفاهيم الإعلامية وتحرير الإبداع الأنثوي

-واقع الممارسة وآفاقها-

زهراء حرزالله وأحمد بن قسمية (ط د)

الجامعة: جامعة عمار ثليجي-الاغواط

z.harzallah@lagh-univ.dz

bengahmed0362@yahoo.com

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على التدوين الالكتروني النسوي باعتباره أحد أبرز مخرجات الإعلام الجديد الذي جمع بين العديد من التطبيقات وزاوج بين الوسائط الإعلامية المتنوعة، وأشرك المرأة في المشهد الإعلامي مرسلة ومستقبلة، فأتاح لها حرية إبداء الرأي والاهتمام بكل ما يتعلق بشؤون النساء وقضاياهن.

فقد شكلت فضاءات التدوين الالكتروني ملاذا ومتنفسا للكثير من الفتيات والإناث، حيث تم تفعيل النشاط النسوي فيه بشكل مكثف، وتنوع استخدام المرأة له وفق احتياجاتها ودوافعها بمضامين إعلامية بسيطة ومتنوعة افتكت بها مكانتها في المجتمع وموقعها في الخارطة الإعلامية، بثقافتها ووعيها بمدى أهميته كظاهرة إعلامية تنطوي على أبعاد اجتماعية متعددة.

الكلمات المفتاحية: التدوين الالكتروني النسوي، الانترنت،الإعلام الجديد،اليوتيوب.

ABSTRACT :

Nowaday, the new generation of women and girls are using many and differrent networks of social media like youtube , facebook ..., they used these networks only in feminist activities to offer many services and advice like make-up, style, education, cooking , fashion.....etc.many social networking users are interesting to follow the youtubers, who is defferent types of girls are active each in a field dedicated to women ,through these means, provide advice, guidance for the followers on topics related to the lifestyle.

KEYWORDS : *feminist blogging- internet -new media- youtube.*

مقدمة:

لقد أنتج التطور والقفزة الكبيرة التي مســت الألياف والمعدات التكنولوجية وتطبيقات وبرمجيات تكنولوجيا الاتصــال والإعلام تطورا تقنيا تجلت ملامحه في تزايد ســرعة وتدفق المعلومات عبر الانترنت مع العديد من المزايا الأخرى، غير أن هذه البرمجيات المتطورة لم تتوقف عند حد تحســين وتطوير الاســتخدام بل أخذت تغير في النماذج التقليدية التي تتدفق منها المعلومات والأخبار وتغير بالتالي العديد من المفاهيم الإعلامية والطريقة التي تنتقل بها المعلومات والتي تعتبر الطبق الأساسي والرئيسي لهذا العصــر، وكان من أهم نتائج ذلك تبلور مفهوم الإعلام الجديد، والذي لميزاته المتعددة وجاذبيته جعل المواطن يندمج في صــناعته والتفاعل معه، إذ ظهر في صــيغ جديدة ومتنوعة تجمع بين مختلف أشــكال عرض الرأي والتحليل والتعليق والمشــاركة على شــبكة الانترنت مســتفيدة من خدمة الوســائط المتعددة (نص، صــورة، فيديو) وتعد ظاهرة التدوين الالكتروني بأنواعها(مدونات، مدونات مرئية) احد ابرز وجوه الإعلام الجديد وابرز ســمات الممارســة الإعلامية الحديثة والتي فعلت دور المرأة في المشــهد الإعلامي باعتبارها جزء لا يتجزأ من المجتمع ونســقه الاتصــالي حيث اســتطاعت من

خلال فضاءات التدوين الالكتروني أن تعبر عن ذاتها واحتياجاتها، وان تساهم كمتلقي سابقا في الإبداع في صناعة المضامين الإعلامية التي تخص المرأة وتغير نظرة المجتمع نحوها وبالتالي تفتك مكانة وموقع مهم لها في المجتمع والساحة الإعلامية بشكل غير مسبوق. وبناءا على ما سبق نطرح السؤال الاتي: **ما هو التدوين الالكتروني النسوي؟ وما مدى مساهمة مضامين التدوين الالكتروني في التعريف بالمرأة وبروز أفاق جديدة للممارسة الإعلامية النسوية؟**

1/- ماهية التدوين الالكتروني و أنواعه:

1-1-مفاهيم أساسية (معنى ومبنى): إن الناظر في الأفق التاريخي لظهور التدوين الالكتروني يجد انه من المهم التعريف بالانترنت كركيزة ومنشأ للتدوين، والإعلام الجديد باعتباره الأب الروحي لهذين الوليدين.

-تعريف الانترنت: (internet)هي كلمة لاتينية ذات أصل انجليزي، حيث يرى بعضهم أن أصل كلمة انترنت اختصارا للكلمة الانجليزية (international net work) ومعناها "شبكة المعلومات العالمية"، بينما يرى آخرون أن أصل كلمة انترنت(internet) اختصارا لكلمة (interconnected network) بمعنى "الشبكة المترابطة "،أما الرأي الثالث والأصح أن أصل كلمة انترنت متكون من جزأين، الأول inter وتعني "بيني" أو "ما بين " والثاني net وتعني "شبكة "وذلك وصفا لجوهر شبكة الانترنت بأنها "شبكة ما بين الشبكات "أو "شبكة الشبكات" أو "شبكة من شبكات" أو تعني "الشبكة البينية "، بمعنى نظام (بروتوكول)موحد يوصل ما بين شبكات مستقلة متباينة.(1) وقد شهدت الانترنت الكثير من التحسينات التي زاوجت بين تكنولوجيا الاتصال والإعلام عبر مراحل تطورها حتى وصولها إلى الويب2.0 (web2.0)الذي حول المضامين الساكنة والباردة التي لا يمكن إدراك تفاعل الجمهور معها إلى مداره الاجتماعي ألعلائقي المزدهر بالتفاعلات والانفعالات مع ما يتم استثماره من مضامين وخدمات لا حصر لها (2) إذ يمكن تعريفه

باختصار بأنه: "الجيل الثاني من المجتمعات الافتراضية والخدمات المستضافة عبر الانترنت أو هو تحول نحو شبكة انترنت اقل قيودا وأكثر إنسانية وديمقراطية تحول المستخدم من متلقي سالب إلى شريك فعال وايجابي"(3) ، فهو قد منح الفرد القوة للتحكم في المضامين الالكترونية التي يبثها وحتى التي يتلقاها وهيأ بتضافر كل من التقنية والمحتوى والمستخدم ومختلف التحولات التي صاحبت ذلك الأرضية الصالحة لتواصل واندماج المواطن والتأسيس لبلورة مصطلح جديد لم يكن متداولا اتفق الباحثون وأهل الاختصاص على تسميته ب**الإعلام الجديد** إذ تعبر كلمة جديد في اللغة العربية عن الشيء الذي لا عهد لنا به غير أن ارتباط الكلمة بمصطلح الإعلام يعني بالضرورة أن هناك نوع أخر من الإعلام وهو التقليدي.

- **تعريف الإعلام الجديد**: يعرف بأنه: "مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكومبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو". كما عرفته كلية شريدان التكنولوجية بأنه:" كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي وهناك حالتان تميزان الإعلام الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد، والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والصوت، فضلا عن استخدام الكومبيوتر أو التطبيقات الجديدة كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض"(4) . وإذا ما دققنا في هذا التعريف تحليلا فهو يقودنا إلى الموضوع الرئيسي لمداخلتنا والذي هو أحد أبرز وجوه هذا النوع من الإعلام فقد أدى التسارع المذهل في تطورات تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها إلى بروز وشهرة ظاهرة التدوين الالكتروني، فالمدونات الالكترونية حاضرة بقوة في الفضاءات الإعلامية الجديدة متيحة مجالا واسعا للتعبير والإفصاح عن الرأي مبتعدة بذلك عن الأطر الكلاسيكية القديمة وضغوطات الرقابة الإعلامية. لاسيما في شبكات التواصل الاجتماعي المتنوعة والتي تعرف بأنها:" أدوات تدعم العلاقات الاجتماعية بين الأفراد من خلال شبكة الانترنت مثل

منتديات الحوار، وتبادل الملفات، وغرف الدردشة(الشات)، والمدونات، وخلاصات المواقع والعالم الافتراضي، وهذه جميعا مواقع تعمل معا على إبقاء تحكم الأفراد في وقتهم ونشاطهم، وعلاقاتهم ببعض."(5) والتي تسيطر بشكل كبير على الممارسة التدوينية في الفضاءات الإعلامية الجديدة.

- **تعريف التدوين الالكتروني (مدونات):** تكشف العديد من المصادر أن أصل كلمة تدوين أو لفظ المدونات يأتي في اللغة العربية في عدة مواضع ليشير إلى عدة معاني ودلالات مختلفة: كدون بمعنى فوق، والديوان مجتمع الصحف، وهو فارسي معرب كما يقول أبو عبيدة ، وهو أيضا الدفتر يكتب فيه أسماء الجيش وأهل العطاء كما يقول ابن الأثير ودونه تدوينا، جمعه ومعانيه خمسة الكتبة، ومحلهم، والدفتر وكل كتاب ومجموع الشعر وبالتالي يقترب معنى المدونة ودلالتها من شكلها البرمجي والتقني كونها تجمع بين ثنايا صفحاتها الالكترونية وفق المجال الذي تتيحه مواقع ومنصات الاستضافة عدد من المواد الإعلامية المتنوعة .

أما في اللغات الأخرى كالإنجليزية، الفرنسية وغيرهما من اللغات فيأتي معنى كلمة التدوين أو المدونات بتسميات أخرى غير ما هو شائع في كلمة blog بالإنجليزية أوblogue بالفرنسية ... وقد اشتق من كلمة blog اسم المدون blogger وblogging أو التدوين الذي يعني مصدر كلمة وفعل blog أي يدون كما ظهر أيضا مصطلح الفضاء التدويني، وتورد بعض المراجع أن أصل الكلمة مشتق من weblog بمعنى سجل أو كتب الشبكة وبالتالي فالكلمة أضافت العديد من الاشتقاقات وأثرت قواميس ومعاجم الإعلام والاتصال، إذ تعني كلمة blog في قاموس اوكسفورد "تسجيل شخصي للنشاطات والآراء داخل الحساب الذي يمتلكه الشخص في أي موقع من مواقع الانترنت "(6) علما أن مصطلح مدونة(blog)استعمل لأول مرة من طرف المدون الشهير جون بارغر (John Berger)

كما **تعرف المدونات أو فعل التدوين الالكتروني** بأنها:" نوع من مواقع الانترنت التفاعلية تتألف من تسجيلات، وكتابات ومدخلات مرتبة عكس الترتيب الزمني أي التدوينة الأحدث توضع في الصفحة الأولى للمدونة وهكذا، تنشر حسب تحكم مؤلفها وتتيح للجماهير إمكانية التعليق عليها"(7) ، وفي المدونات يمكن أن تكون الإدراجات أو الإضافات عبارة عن نصوص، صور، فيديوهات وروابط لمواقع أخرى . إذن فالمدونات تمثل وسيطا إعلاميا تمر من خلاله المواد التي يرغب المدون أو صانع المحتوى في نشرها أو إبلاغها لغيره من مستخدمي الانترنت ومتابعيه.

-تعريف التدوين الالكتروني المرئي (التدوين بالفيديو) : يسمى بالإنجليزيةblog vidéo أو التدوين بالفيديو(تدوين مرئي) وتختصر ب(vlog) وهو الأكثر انتشارا سواء من حيث التدوين أو المتابعة والتفاعل فهو يشبه المدونات الأخرى من حيث مشاركة مواضيع وأفكار، ونصائح مختلفة ومتنوعة بتنوع المواضيع سياسية دينية اجتماعية .... وعادة ما ترتب المدونة المرئيةvlog ترتيبا عكسيا (الأحدث يكون في الأعلى) وتجمع فيديو مدمج أو وصلة لملف فيديو مع نص أو بث مباشر... (8) ويطلق على مجموع مدونات الفيديو volgspher حيث تحتضنها شبكات التواصل الاجتماعي وقد تم تداول المصطلح لأول مرة في العالم سنة 2002 كما يسمى ب.vodcast

حيث لا يتطلب التدوين المرئي الكثير من الأجهزة والمعدات، إذ يحتاج المدون في البداية إلى مدونة عادية ومجموعة من مقاطع الفيديو الشخصية أو الحصول على مقاطع أخرى (حصص متلفزة، دروس دينية، مقاطع تعليمية، أفلام، مقاطع محملة ...) ثم يقوم بنقلها إلى إحدى المواقع المستضيفة لوسيط الفيديو (vidéo host) ك: (youtube.com,dailymotion)ومن ثم ينشرها في مدونته ولبساطة هذه العملية استطاع التدوين المرئي أن يحقق انتشارا واسعا بين مستخدمي الانترنت والمدونين بصفة خاصة ، وهو ما يعبر عنه حجم مقاطع الفيديو التي يتم إضافتها وتحميلها أو حتى مشاهدتها مباشرة في اكبر مواقع استضافة الفيديو كاليوتيوب مثلا من 8 مليون

فيديو شـوهد يوم افتتاح الموقع في ديسـمبر2005 إلى 100مليون فيديو يشـاهد يوميا في شـــهر جويلية 2006 ومن جهة أخرى تتنوع مواضـــيع التدوين المرئي من التســجيلات الشــخصـــيـة الحيـاتيـة، إلى مقـاطع أفلام والكوميـديـا إلى دروس تعليميـة وغيرهـا من المحتويـات التي لا يمكن حصـــرهـا فقـد حقق هـذا النوع من التـدوين التعـارف بين الثقافات، وزاد من رفع الوعي لدى الجمهور حيال قضـــايا مجتمعية متنوعة كما زادت مواقع التـدوين المرئي خـدمـة التعليق على المحتوى وهو مـا شـــكل دفعـا قويـا لعمليـة التواصل والتفاعل بين المدون المرئي والمشاهد حيث أصبح بإمكانه أن يسجل تعليقه أو ســؤال في صــيغة فيديو أو كتابي ليرســله لصـــاحب المدونة أو حتى مشـــاركة الفيديو وتحميله (9).

-**تعريف التدوين الالكتروني النســـوي:** عرف قـاموس أوكســـفورد مصـــطلح النســـوي بأنه الاعتراف بان للمرأة حقوقا وفرصـــا مســـاوية للرجل وذلك في مختلف مسـتويات الحياة العلمية والعملية. بينما في معاجم اللغة يقال حركة نسـوية أي مهتمة بكل شـؤون وقضـايا النسـاء ومنه يمكننا تعريف التدوين الالكتروني النسـوي بأنه: "هو تلك الممارسات والأنشطة الإعلامية التدوينية المتنوعة في الفضاء التدويني التي تقوم بها نســاء أو فتيات أو جهات معينة والمتمثلة في قضــايا وشــؤون واهتمامات المرأة في جميع ميادين الحياة الاجتماعية والاقتصادية والدينية والسياسية.... الخ (10)

1-2-أنواع التدوين الالكتروني وأشـــكاله: للتدوين الالكتروني أنواع وأشـــكال وهي كالأتي:

-**التدوين المرئي** : أو التدوين بالفيديو سبق لنا تعريفه.

-**التدوين النصي:** هو نوع بسيط يعتمد على إدراج نصوص ذات موضوع معين، وقـد طغى هـذا النوع من التـدوين على الفضـــاء التـدويني العـالمي ويرجع ذلـك لســـهولته

مقارنة بالأنواع الأخرى التي تتطلب بعض مهارات التحكم في تطبيقات الانترنت والإعلام الآلي بصفة عامة وربما جاء كرد فعل للتحرر من احتكار الصحافة المكتوبة لمدة عقود لصياغة وتحريك الرأي العام.

-التدوين الصوري: أو photobloging وهو نوع من أنواع التدوين التي تكون فيها جميع إدراجات المدونة عبارة عن صور متنوعة ، التقطها المدون أو تحصل عليها من مصادر أخرى يقوم بعنونتها وتصنيفها مع إضافة شرح بسيط عن الصورة تساعد زوار المدونة في الحصول عليها بعد أن تقوم محركات البحث العالمية بأرشفتها وهي تعتبر فرصة للمواقع المستضيفة لإنشاء البومات الكترونية يمكن تقاسمها مع عدد هائل من المدونين عبر أنحاء العالم وتوفر في هذا السياق خدمة التعليق على الصور مساحة للتواصل واكتساب العديد من الخبرات والمهارات في مجال تقنية الصورة والتصوير الفوتوغرافي .

-التدوين بالرو ابط: linklog هي عبارة عن عملية إدراج مجموعة من الروابط التي يشير إليها المدون في صفحات مدونته، محاولا بذلك توجيه اهتمام زوار مدونته نحو محتوى الروابط التي تعكس مواضيع او برامج معينة سواء كانت لمواقع أو مدونات أخرى.

-التدوين الصوتي: audio blog هو عبارة عن تسجيلات صوتية ينتجها المدون باستخدام برامج التسجيل الصوتي ك: (avid, bro.adobe ,audition Tools....) وجهاز المايكروفون أو أي جهاز تسجيل أخر في قوالب صحفية مختلفة (تقارير إخبارية، اشرطة وثائقية، حوار، نقاش جماعي، خواطر ،قصص، شعر، موسيقى.....)وبصيغة الملفات الصوتية الشائعة mp3 أو لواحق أخرى extensions وينشرها في مدونته الصوتية أو بأحد المواقع المخصصة لاستضافة هذا النوع من المدونات (podcasting web sites) كما يمكن لزوار المدونة أن يقوموا بتحميل هذه التدوينات الصوتية أو

الاستماع إليها مباشرة من المدونة وعلى الرغم من وجود العديد من المواقع التي تحتضن هـذا النوع من المـدونـات إضـــافـة إلى محركات البحـث عن المـدونـات الصـــوتيـة ك:(bodscope.com,podcastdirectory.com) إلا انه يبقى الأقل انتشـــارا وإقبالا بين الأنواع الأخرى ،لاســيما في المنطقة العربية التي رغم خوض العديد من المدونين العرب تجربة التدوين الصوتي إلا انه يبقى ضعيفا من حيث حجم المدونات وكذا المواضيع التي يتناولها.

-**التدوين الهاتفي:** أو ما يطلق عليه اســم mobileblogging ومدونات الهاتف المحولmobile blog وهو عبارة عن قيام المدون بإضـــافة إدراجات إلى مدونته العادية من خلال استعمال لوحة مفاتيح الهاتف المحمول. متعدد الوسـائط الملتيميديا والمزود بخدمة الانترنت ، بدل لوحة مفاتيح جهاز الحاسـوب وسـواء كانت الإدراجات عبارة عن (نصوص، صور، تسجيلات صوتية أو مرئية)ستظهر مباشرة في مدونته المستضافة في احـد المواقع التي توفر هـذه الخـدمـة ك(wordpress.com, blogger.com)لقـد ظهرت الخدمة نتيجة للتطور الهائل في تطبيقات التدوين واتساع مجالاته، بعد أن أصبح عادة يومية يمارســها الأفراد انطلاقا من مكاتبهم أو منازلهم كما يتصـــفحون مدوناتهم من خلال الهاتف المحمول أثناء سـفرهم وتحركاتهم ويمثل التدوين الهاتفي النسخة الثانية لخدمات الانترنت من خلال الهاتف المحمول أو ما يطلق عليه اســم (mobile2.0) على شاكلة ويب2.0 (11).

رغم أنه لم يحظى بالانتشار الواسع خصوصا في المنطقة العربية، والذي يؤهله لمنافسة الأشكال الأخرى من التدوين إلا أنه يمثل نقلة نوعية ليس فقط من خلال تحرر المدون من قيود التدوين التقليدية، لكن أيضـا من قيود التدوين من خلال الحاســوب الشخصي أو المكتبي وأصبح في مقدوره التدوين في أي وقت ومن أي مكان شاء.

2/-قـراءة تـاريـخـيـة في نشـــأة وتـطـور الـتـدويـن الالـكـتروني (إعـلام بديل...وإعلاميون جدد): بدأت المدونات على شـــكل يوميات منذ عام 1996حيث دون الأشــخاص عن حياتهم اليومية واهتماماتهم الشــخصــية وفي ســنة 1999ومابعده انتشــرت المدونات واشــتهرت بصــورة أوســع وتطورت آليات التدوين وإنشــاء المدونات بظهور خدمات التدوين التي تستضيف المدونات مثل (dream host) وظهور برمجيات إنشـاء المدونات مثل (elive journal–word press)وبهذه التطورات أصبح باستطاعة المدونين اســتخدام آليات البحث التي تربطهم مع آخرين لهم نفس الاهتمامات، وبعد بـداية بطيئة ومتعثرة انتشــر التـدوين على الانترنت بســرعـة كبيرة، فمثلا إن موقع (xanga) الذي أنشئ عام1996 وصل عدد التدوينات فيه إلى مائة تدوينه سنة 1998، إلا أنها وصلت إلى عشرين مليون تدوينه سنة 2005، وفي سنة 2001اصبحت المدونات ظاهرة إعلامية وازدادت أهمية مجتمع التدوين بســرعة و بدأت مدارس الصــحافة المعروفة في الولايات المتحدة الأمريكية بإجراء الدراســات في التدوين وفنونه وتقنياته وملاحظة الفرق بين الصــحافة والتدوين، وفي عـام 2003 ذاع صــيت المدونات، إذ انتشـرت المواقع الشخصية التي يتحدث فيها أصحابها عن مختلف المواضيع التي تعني فئات المجتمع ويبدون آراءهم حولها وأخذت المدونات منحى جديد عندما بدأت بتزويد الجمهور بتعليقات ســريعة على الأحداث المتلفزة مكونة بذلك ما يســمى بالتدوين الحي. كما تم إدخال مصــطلح مدونة لأول مرة إلى معجم أكســفورد في طبعة مارس 2000 وفي ســنة 2004 دخلت كلمة blog في قاموس ويبســتر وأصــبحت من المفردات الإنجليزية، وأصــبحت المدونات ظاهرة إعلامية بارزة فقد خصــصــت لها صــحيفة الكارديان البريطانية الصــفحة الثانية لنشــر بعض المدونات، وفي عام 2004 أنشــأت هيئة إذاعة الbbc مدونات لمحرريها.

بينما تعود بداية التدوين في الوطن العربي وباللغة الأم العربية إلى نهاية عام 2004، ومن 2004الى2008 زاد عدد المدونات الالكترونية العربية بصــورة كبيرة والتي

قدرها مركز واتخاذ القرار بمجلس الوزراء المصـري بنحو 490 ألف مدونة عربية، ومنذ ذلك الحين وهناك ثورة في عدد المدونات العربية عبر الانترنت وخاصــة مع ظهور مواقع التـدوين المجـانيـة أبرزهـا موقع (Blogger) وموقع (maktoobblog) ومنـذ ذلـك الحين أصـــبحت المدونات ظاهرة إعلامية تســتهوي العديد من مســتخدمي الإنترنت وتجذب المزيد من هواة التدوين. وبعد انتشـارها وشـهرتها الواسـعة أصـبحت المدونات توصـف بأنها ثاني ثورة في الانترنت بعد البريد الالكتروني، ولعل من أســباب شــهرتها وســرعة انتشــارها تميزها بالتفاعلية، والوصــول المباشــر إليها من قبل المســتخدمين والمتلقين وتشــكيل المجموعات الالكترونية وســاحات الحوار والمنتديات الثقافية بين محرريها وقراءها وذلك بصــورة أكثر فعالية من غيرها من وســائل الاتصــال الأخرى كالبريد الالكتروني، هذا فضـلا عن توفر سـجل أرشـيفي للمواد المتاحة فيها يتم الوصـول إليه بصــورة أكثر ســهولة ويســر من غيره من الأســاليب، كما أنها تتيح للقارئ القدرة على التعليق والمداخلة على الأخبار والمواد المنشـورة على المدونات سـلبا أو إيجابا دون عوائق للحد من حرية التعبير عن الرأي مع ثقة القارئ بأن تعليقه أو مداخلته ســوف تنشــر بـالكـامـل دون أي تحريف أو حـذف، وان بـإمكـان جميع زوار موقع المـدونـات الاطلاع عليها(12).

3/- مكونات المدونة وأشهر مو اقع التدوين:

3-1 مكوناتها: إن المدونات وبحكم البيئة التي نشــأت فيها والمتمثلة في مواقع وصـفحات الويب أخذت العديد من سـمات هذه الأخيرة خصـوصـا فيما يتعلق بالشـكل الخارجي والفضل في ذلك يعود لظهور برمجيات التدوين blogware وتشـترك المدونة مع غيرها من باقي المدونات مهما اختلف موقع أو منصــة التدوين التي تنشــأ عليها بمكونات تميزها عن سائر مواقع الانترنت ومن أهمها:

1- معلومات المدون: هو حيز معين من صــفحة المدونة يكون غالبا في رأس الصفحة يحمل ما يلي من المعلومات (اسم المدونة وصاحبها، صورة صاحب المدونة، اسم بلده، وتعبير مختصر عن اهتمامات صاحب المدونة).

2-الرابط: يظهر في قائمة الإبحار navegation bar في المكان المخصص للروابط على الانترنت ويحمل في الغالب اسم المدونة متبوعا بعنوان الموقع المستضيف من خلاله يتم ربط الزائر أو المستخدم بمحتويات المدونة الموجودة في خادم الويب الخاص بالموقع المستضيف.

3-القالب: أو (the templtae) وهو الشكل الذي تظهر به المدونة وصفحاتها وبصفة عامة يعتبر القالب مسالة شخصية يقوم باختياره صاحب الموقع أو المدونة من بين القوالب المعروضة للبيع أو المجانية على الانترنت أو يقوم بتطويرها بنفسه باستخدام برامج ك(css.cms.arcister) وتتيح مواقع المدونات العديد من القوالب بحيث تكون مبوبة تحت تصنيفات مختلفة ك (طبيعة ،تكنولوجيا، فضاء...).

4-الإدراجات: وتسمى billet باللغة الفرنسية ومدخلات entries أوpots باللغة الإنجليزية وهي عبارة عن إضافات ووسائط (صور متحركة أو نصوص أو فيديوهات...) تدرج في المدونة تحمل اسم المدون وتأتي في بداية التدوينة إضافة إلى قائمة تتضمن خدمات كإضافة تعليق أو تقاسم الاهتمام بالتدوينة مع الآخرين من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها (13).

5-التقويم الشهري: ويشبه الرزنامة يظهر فيها تاريخ أي تدوينة قام المدون بإدراجها بلون مختلف من خلال الضغط عليه يوصل المستخدم إلى المدونة مباشرة إذن فهي بمثابة جدول أعمال ذو تواريخ منظمة للمدون.

6-التصـــنيفـات: أو the tags هي المجـالات التي تتمحور حولهـا التـدوينـات ك: (السياسة، الاقتصاد، الرياضة، الثقافة ...) أي هي بمعنى أخر أرشفة حسب الموضوع.

7-الأرشيف: تتيح خدمة الأرشيف الاطلاع على جميع التدوينات التي قام المدون بإدراجها من تاريخ إنشـــاء المدونة إلى غاية أخر إدراج وترتب عادة وفق الأشـــهر (الأحدث يليه الأقدم) (14).

8-الرو ابط: وهي مجموع المواقع والمدونات التي يفضـلها المدون وبالتالي يرغب في نشـــرها في الصـــفحة الأولى من مدونته حتى يتســـنى له ولغيره من زوار المدونة الاطلاع عليها، أي عملية إشهار لمواقع أخرى ذات علاقة للمهتم بالتدوين.

9-خـانـة البحـث: هي عبـارة عن خـدمـة تتيح للمـدون أو الزائر الوصـــول إلى أي موضوع سـواء في المدونة أو في موقع المدونة أو في محركات البحث العالمية وذلك بإدخال كلمة مفتاحية تساعد على استعراض نتائج البحث.

10-الخـدمـات الإضـــافية: وهي مجموعـة التطبيقـات التي قـد تكون متـاحـة من طرف الموقع المستضيف للمدونة وهناك العديد منها لعل أبرزها (السجل الذهبي، صبر الآراء، أحدث الإدراجات، النافذة الأداة تتيح العديد من الخدمات من أبرزها القواميس وقائمة الزوار وحالة الطقس) (15).

2-3- برامج ومحركات التدوين: لا شـــك أن التدوين بأنواعه يخضـــع للتطوير والتحسـين باسـتمرار من خلال خبراء تكنولوجيا الاتصـال والإعلام ولا شـك أيضـا انه كلما ذكر التدوين طرح سـؤال: ما هي البرامج التي تسـتضيفه؟ وماهي محركات البحث في التـدوين الالكتروني؟ ولتســهيـل عمـل البـاحـث في هـذا الميـدان هنـاك دليـل بنـاشـــري المدونات (www.directory-goole.com) إضـــافـة إلى الـدليـل glob of blog و eaton web portal وفيه قائمة لخدمات استضافة المدونات، أما من حيث البحث في المدونات

فيمكن الاستعانة بكشاف المدونات (www.blogdex.net) وفي البيئة الالكترونية العربية يوجد دليل مدونات هو (www.mdwnat.com) وأخر (www.tadwen.com) ولمتابعة الأخبار ذات الصلة بالمدونين العرب بصورة عامة، يمكن زيارة موقع ملتقى المدونين العرب (www.arbiskblog.com) أما آليات البحث عن المدونات فهي تتجاوز 84 برنامج بين مجانية وتجارية والتي من أشهرها: wordpress, bloger والتجارية ومن أشهرها: movable type وtype bad (16).

4/أشهر منصات التدوين الالكتروني المرئي على الانترنت: جاء في إحصائيات شركة سيسكو انه وصل تداول المعلومات أي تحميل الفيديو وتداوله سنة 2018الى أكثر من 45000 جيجا بايت /ثانية وبناءا على ذلك فان هذه السرعة تعزز من انتشار التدوين بالفيديو عبر الانترنت حيث وبحلول سنة 2022سيشكل الفيديو 82 بالمائة من المحتوى من المحتوى الذي يتم تداوله في مواقع ومنصات التدوين كما سيشكل فيديو البث المباشر 17بالمئة على الانترنت من محتوى الفيديو على الانترنت ومن بين أكثر منصات التدوين بالفيديو الأكثر شهرة ما يلي:

-**منصة اليوتيوب** (youtube): تعتبر الرقم واحد على الانترنت ومازالت تعمل على تطوير الفيديو والبث المباشر حققت سنة 2017اكثر من 1.5مليار مستخدم شهريا وقد زاد العدد إلى ما يفوق 1.8مليار مستخدم هذا عدا ساعات المشاهدة وتنزيل الفيديوهات على المنصة والتي تتجاوز 5 مليار.

-**منصة فيسبوك ووتش** facebook watch: المنافس الأول لليوتيوب إذ وفقا لإدارة فيسبوك فقد شاهد أكثر من 50مليون شخص في الولايات المتحدة دقيقة واحدة على الأقل داخل المنصة watch وتضاعف إجمالي الوقت بمقدار 14ضعف منذ بداية 2018 وهذا أدى إلى ارتفاع معدل المشاركة فهذه المنصة توفر تفاعل أكثر للجمهور من غيرها.

-**منصة** igtv **التابعة لانستغرام:** يطغى استخدام هذه المنصة بكثرة لارتباطها بالهواتف الذكية إذ تتوقع الدراسات الاستشرافية أنها ستسيطر على 9بالمئة من سوق الفيديو في 2022 فتقنية vertical vidéo. ومع Igtv يمكن نشر مقاطع فيديو رأسية طويلة وهذا ما دفع كل من: ديلي ميل (Daily mail) والغارديان(the Guardian) إلى استخدام منصة igtv لنشر القصص التي تحظى باهتمام الشباب.

-بالإضافة إلى **منصة r/vidéos التابعة لموقع ريديت (reddit)** التي تعرف بكونها منصة تعتمد على المحتوى النصي والتي بلغ متوسط مشاهدة فيديوهاتها منصته مليار مشاهدة شهريا.

-**ومنصة تويتش twitch** المعروفة بأنها أفضل منصات البث المباشر والتي تملكها شركة أمازون وتعرف كواحدة من خدمات البث الأكثر شعبية في مجتمع الألعاب الالكترونية وهي منصة ربحية موثوقة ذات محتوى إعلاني تروج لها الواشنطن بوست.

-**منصة d tube وتعمل بتقنية البلوك تشين blokchain:** هي منصة فيديو جديدة متأثرة بدرجة كبيرة بمنصة يوتيوب ولكنها غير مركزية يتوقع لها الكثير من النجاح تعمل على منصة steemit وهي منصة تواصل اجتماعي حيث يحصل الجميع على أموال مقابل إنشاء المحتوى أي صناعة وتحميل مقاطع فيديو على المنصة وتنظيمه (17).

5/-استخدامات المرأة للتدوين الالكتروني:

منذ بداية انتشار الانترنت زادت نسبة ولوج المرأة إليها بشكل كبير في العالم العربي عموما والجزائر بشكل خاص، حيث شكلت منصات التدوين الالكتروني فرصة كبيرة وجديدة أمام المرأة لنقل همومها ومشاكلها والتعبير عن انشغالات النساء من

خلال التواصـــل والتفاعل ونســج علاقات اجتماعية. وكســر المعوقات الاجتماعية والنفســية والفكرية التي فرضــها المجتمع الجزائري. فما يلاحظ في الســنوات الأخيرة أن المرأة الجزائرية باختلاف فئاتها ومســتوياتها واتجاهاتها اتجهت إلى الفضــاءات التدوينية والاجتماعية الرقمية المتعددة للعمل كفاعلات أســاســيات في الرهانات الاجتماعية، حيث بدء ظهورها بمواقع التدوين الالكتروني التي لاقت إقبالا كبيرا، مرورا بشــبكات التواصــل الاجتماعي بكل أنواعها، وصــولا إلى اليوتيوب الذي شــغل الكثير من أوقات النســاء حول العالم، فاســتطاعت بذلك أن تســاهم في صــناعة محتوى إعلامي رقمي هادف وتفتك لنفسـها مكانة هامة في السـاحة الإعلامية من خلال الاهتمام بكل قضـايا وشـؤون النسـاء. إن التزايد المسـتمر في إقبال المرأة على التدوين الالكتروني بشـكل عام والتدوين المرئي بشــكل خاص يدعو للكثير من التفاؤل والقليل من الاســتغراب بنتاج إبداعي أكثر انفتاحا، وأغزر مادة، وابعد عن المحليات الضــيقة خصــوصــا في حرية التعبير المطلقة. فقد مكن التدوين الالكتروني العديد من الناشـطات من التعبير عن ما يريدن وبكل حرية، كما أصـبح متنفس الكثير من النسـاء والشـابات وخاصـة المتابعات منهم اللواتي وجدن ضــالتهن فيه، وهو ما يفســر جليا زيادة عدد المتابعين، لقد بينت الكثير من الدراســات أن تأثير المرأة المدونة اكبر من تأثير فئة الذكور وهذا راجع إلى ثراء المحتوى وتنوع الاســتخدامات والأنشــطة لدى النســاء: كتقديم الوصــفات للطبخ، والتجميل، ونصــائح الموضــة والأناقة، والاتيكيت في التعامل، ونصــائح للمتزوجات، وتوصـيات تجارية، وعرض سـلع التجميل والأناقة، من جانب أخر نشـاط المدونة الأنثى لا يتوقف على الاهتمام بالشــكل الخارجي فقط. بل يمتد إلى تناول مواضــيع مهمة في الحياة منها التثقيفية، والترفيهية، والتعليمية، وحتى الســياســية والدينية، وهو ما مكن المرأة من مقاســمة فئة الذكور مهنة الإعلام والهيمنة على الفضــاءات الافتراضــية تدريجيا.

لقد مكن التدوين الالكتروني من تهيئة مجتمعات افتراضية نسوية، تعمل على تفعيل، وتطوير النشاط النسوي من خلال التصميم النفسي لهذه المنصات، التي توغل في امتداد حواس وعواطف وشعور المرأة بأنوثتها على طريقة ماكلوهان، من خلال نشرها الصور والمنشورات ومشاركتها النصوص والفيديوهات التي تعكس مستوياتها وأهدافها وهو ما رفع من ثقتها في نفسها واحتلال مكانة هامة في المجتمع.

إن بروز التدوين الافتراضي النسوي هو نتيجة للعديد من الأسباب والعوامل أهمها نقص بروز المرأة في مختلف مجالات الفضاء العمومي مقارنة بالرجل، وذلك على مستوى ولوج الفضاءات الترفيهية والتعليمية والرياضية وتراجعا في المساهمة في الفعل السياسي والنقابي، فأحيانا لا يتم التسوق أو استخدام المواصلات العامة إلا بحضور رجل مرافق في اغلب الأوقات، ويعود ذلك إلى التصورات النمطية الشائعة والتمثلات الجمعية التي تستبطنها الفئات الذكورية والمعادية لوجود المرأة في الفضاء العمومي. وعليه كان لزاما تعويض الفضاء الفيزيقي بالافتراضي من خلال منصات التدوين الالكتروني المتنوعة التي خلقت فضاء بديل يسمح بتشييد فضاءات عمومية افتراضية تحريرية أكثر مساواة وديمقراطية وتمثيلية وأسهل في الولوج والمشاركة للفئات النسوية، تقود في النهاية إلى التمكين للمرأة وتمهد لها الوصاية على ذاتها ومشاركة أفكارها وأراءها، فالإفصاح عن هوية الذات الأنثوية مطلب جوهري يسمح للمرأة بالتفاعل والتواصل وإنتاج المعنى. (18)

6/- أبعاد فعل التدوين الالكتروني النسوي (حالة نفسية، نشاط اجتماعي، فعل ثقافي): تتنوع أبعاد التدوين الالكتروني عند المرأة بتنوع استخدامه نذكر منها:

-التدوين الالكتروني عند المرأة كحالة نفسية: يرجع الدارسون لعلم النفس والباحثين فيه استخدام المرأة للتدوين الالكتروني بأنواعه، إلى ما يسمى بالدافع، والذي يسهم في خلق هذه العلاقة وتنميتها وتطويرها غير انه يختلف من امرأة إلى أخرى تبعا

لفروقات وظروف (اقتصادية، ثقافية، اجتماعية....) كما يختلف أيضا تبعا لفارق الوسيلة والمحتوى فالوسيلة الأكثر إثارة وقدرة على جذب انتباه المستخدم تستهوي العديد من الطبقات الذين يملكون دوافع قوية لمتابعة أو استخدام وسيلة إعلام معينة أكثر من غيرها. حيث يشكل موضوع التدوين أهم الدوافع لإنشاء مدونة ومباشرة عملية التدوين، بينما حاجة المرأة إلى التدوين الالكتروني تتجلى في حاجاتها النفسية مثل الحاجة للانتماء والانجاز والتعبير أو حتى التواصل والحوار مع الأخر وفي شعورها بالنقص في إثبات ذاتها، وفي هذا الإطار تبرز أهمية المدونات الالكترونية في كونها إحدى الوسائل التي تلبي العديد من الحاجات النفسية التي تضمرها المرأة في داخلها كحاجتها إلى الإفصاح عن ما يختلج بداخلها والتعبير عن أفكارها واتجاهاتها وإسماع صوتها للآخرين أو حاجتها للاتصال ومشاركة الآخرين الاهتمامات والمعلومات وغيرها من الحاجات غير المتاحة في باقي الوسائل الأخرى. ولكن يكتسي الباعث في عملية التدوين لدى النساء أوجه أخرى متنوعة فهو التوجيه في حالة المدونات الأسرية أو المال في حالة المدونات التجارية أو التعليم في المدونات التربوية وغيرها إلا أن الباعث الحقيقي وراء عملية اختيار المرأة لعملية التدوين بصفة عامة هو الهامش الواسع للحرية الذي يسمح لها بالتعبير عن كل ما يجول بخاطرها دون قيود أو معوقات، فقد استطاعت النساء من خلال التدوين على اختلاف فئاتهن وأعمارهن وكذا الميادين التي تلجها تدويناتهن أن يكسرن الحاجز النفسي و يتجاوزن العديد من العوائق الفكرية والدينية والاجتماعية وحتى السياسية، كما فتحن الباب أمام التعبير عن الرأي والتواصل والتفاعل عبر الانترنت من خلال الظهور باي اسم وتحقيق مفهوم العالمية.

-**فعل التدوين الالكتروني عند المرأة كنشـــاط اجتماعي:** إن الفضــاء التدويني هو مجتمع، ولجتـه المرأة كغيرهـا من المـدونين مســتفيـدة من خصـــائص المـدونـات الالكترونية التي غطت العديد من الميادين والمجالات الحياتية، فأسست لنفسها فضاءا اجتماعيا افتراضيا مستقلا يعبر عن واقعها الاجتماعي وانشغالاتها واهتماماتها ويعكس

إبداعاتها الإعلامية ويفعل نشاطاتها الاجتماعية، وينسج علاقاتها الاجتماعية كالصداقة، والتعاون، والتفاعل ويوسعها إلى تقاسم العديد من الهموم والمشاكل والاهتمامات في مظاهر يألفها المجتمع العادي، وبالتالي إن مجتمع التدوين الالكتروني هو مجتمع ضم مختلف الفئات والاتجاهات أين تعددت العلاقات بين الأفراد المدونين وتساوت الحقوق وحرية التعبير، وهذا المجتمع لديه بالطبع قواعده وقوانينه الخاصة فضلا عن القوانين غير الرسمية لكن مع الوقت تختفي هذه الخصوصية ويصبح استخدام المدونات أكثر اجتماعيا وعمومية من ذي قبل، لقد مكن التدوين الالكتروني المرأة من استخدام مدوناتها للتعريف بنفسها واثبات جدارتها وكفاءتها في العديد من الميادين، والمطالبة بحقوقها الاجتماعية، وأن يصبح لها مكانة ووجود قوي في خريطة الإعلام الجديد والمجتمع.(19)

-التدوين الالكتروني النسوي كنشاط ثقافي: تتجه العديد من المعطيات المقدمة وغيرها –النظرية والميدانية –نحو تأكيد أن تنامي ممارسة المرأة للتدوين الالكتروني يعبر عن صدق الفعل الثقافي لديها. وكذا النتائج المرجوة من ورائه لأنه يعكس في النهاية تطلعاتها نحو الواقع الثقافي لفئة النساء وأهميته في المجتمع، وهي بذلك تعرض خبرتها ومعرفتها بالنقائص التي تعتري المشهد الثقافي النسوي، كما تتيح لغيرها من النساء فرصا حرة وواسعة للتفاعل والتعبير عن تطلعاتهن نحو الفعل الثقافي والإعلامي للمرأة من خلال فضاءات التدوين الالكتروني المتنوعة في الدول العربية أكثر من ذي قبل، خصوصا مع اتساع دور الفرد في مجتمعات اليوم وكذا قنوات التعبير عن وجهات نظره حول الفعل الثقافي، وواقعه، وتنوع أساليب مساهمته في زيادة حجم حضور الثقافة وفعالية وظائفها في المجتمع، وقد شكلت المدونات الالكترونية أهم تلك الوسائل التي تساعد الأفراد على دفع عمليات الفعل الثقافي، وتشكيلها، وبلورتها لتصبح واقعا فعليا يمكنه أن يخدم الثقافة والمجتمع ككل. ويتشكل الفعل الثقافي في وسيط المدونات الالكترونية من خلال الحركية التي تشهدها

المجتمعات التدوينية والتي أشـركت المرأة كعضـو فاعل في سـعيها نحو تشـخيص الواقع الثقـافي، وإبراز نقـاط ضــعفـه مع إيجـاد حلول لأزمـاتـه، فـاعتبـار المدونـات الالكترونيـة وســيلـة إعلاميـة قـائمـة بـذاتهـا، وبهيكلهـا، أتـاح للمـدون إدارة المحتوى، وتنظيمـه، وفق أسـلوب أكثر ديناميكية وفعالية من بقية الوسـائل الإعلامية الأخرى، فهي تعبر عن احد أهم أشكال التحول في النموذج الإعلامي الذي كان سائدا من قبل، حيث تعطي الفرصة والحرية للفرد في أن يتقمص دور المرســـل والمســـتقبل في نفس الوقت، وان يقوم هو بإنتاج المحتوى ونشــره، وتحقيق التفاعل بينه وبين غيره من المدونين أو مســـتخدمي الانترنت بصــفة عامة مســتفيدا من الخدمات أو أســاليب النشــر الالكتروني المتاحة وبالرغم من التقدم الذي عرفته ظاهرة التدوين الالكتروني في الوطن العربي، إلا أنها تبقى تحت سيطرة مظاهر الرقابة والتضييق أكثر من غيرها في بلدان العالم(20).

7/- مميزات وعيوب التدوين الالكتروني: يتحلى التدوين الالكتروني كغيره من مخرجات تكنولوجيا الاتصال والإعلام بمزايا وعيوب نذكر من بينها:

-يشــكل التدوين الالكتروني فضــاء قليل التكلفة في إنشــائه وتصــميمه، ويتميز بقدرته على استخدام الانترنت وتوظيفها.

-يتميز التدوين الالكتروني انه متاح لكل فئات المجتمع باختلاف مســـتوياتهم وتفكيرهم واتجاهاتهم

-تتميز فضــاءات التدوين الالكتروني بأنها تســاعد على الاتصــال بطرق جديدة ومتعددة لم تكن متاحة من قبل، وذلك لكونها غنية بملتيميديا متعددة: كالصــوت والصورة والأشكال والمؤثرات الأخرى.

-تتميز المدونات الالكترونية بأنواعها بأنها مبتكرة، ومسلية، وسريعة ومتنوعة وخصبة الآراء وسهلة البناء مؤرشفة الموضوعات ومتمتعة بدرجة عالية من حرية التعبير وكذلك مساعدة في خلق بيئة متضافرة ومتعاونة.

-تتميز المدونات بأنها فضاء رحب ومجاني ومتنوع المواضيع لنشر الأفكار والآراء وإظهار الهوية الفكرية والشخصية بطرق لم تتاح من قبل.

-يتميز التدوين الالكتروني بأنه يعكس ثقافة المدون ويساعده في التعود على الكتابة أو التصوير أو حتى صناعة محتوى فيديو إعلامي بصورة أفضل وبشكل أسرع.

-تشكل فضاءات التدوين الالكتروني محفل للالتقاء بالآخرين سواء مؤيدين أو مختلفين بغية المشاركة.

بينما تتجلى عيوب التدوين الالكتروني فيما يلي:

-رغم التطور المستمر في التكنولوجيا إلا أن المدونات معرضة للاختراق والعبث بمحتوياتها.

-من عيوب التدوين أن الحرية المطلقة في التعبير تؤدي إلى انتهاك المدون من خلال أرائه ومعتقداته خصوصيات الغير أو الترويج لأفكار خاطئة.

-تعد مجهولية المدون أو المؤلف أحد معوقات السيطرة على مدخلات المدونة أو مخرجاتها.

-عدم سماح بعض المدونات الالكترونية باستخدام بعض من تطبيقات الميديا كملفات الصوت والصور الكبيرة.

-ضعف المستوى أو عدم تأهيل الكثير من المدونين للتعامل الإعلامي الجيد مما يؤثر في الكتابة والعرض في المدونة (21).

الخاتمة:

وختاما يمكننا القول أن التدوين الالكتروني بأنواعه يعتبر القفزة النوعية في عالم الإعلام، واحد ابرز الظواهر الاتصالية والإعلامية التي افرزها التطور التكنولوجي، والتي حررت المواطن والصحفي ذاته من ضغوطات الإعلام الرسمي وخط الافتتاح وحارس البوابة، وفتحت المجال أمام المواطنين لإبداء الآراء وطرح الأفكار بحرية، فتمكنت بذلك أن تصبح منبرا بديلا أو مكملا لاستيفاء المعلومات والأخبار أو عرضها، وهو ما جعلها تجذب الكثير من فئات المجتمع، ولعل أبرزهم فئة الإناث فقد شكل التدوين الالكتروني الفرصة الذهبية التي سمحت للمرأة أن تكون جزءا هاما من نموذج الإعلام الجديد الذي انخرطت في صناعته لتحقق حاجاتها، وترضي دوافعها، وتحقق ذاتها اجتماعيا وإعلاميا وتطلق العنان لإبداعاتها، وإذا ما سلطنا الضوء على المحتوى الإعلامي للتدوين كيفما كان شكله نجده انه قد حرر مهنة الإعلام من قوالبها الكلاسيكية وأنتج نوع جديد من القوالب بأسلوب بسيط وسهل وقريب من الواقع الاجتماعي يناسب كل فئات المجتمع إضافة إلى انه اكتسح الساحة الإعلامية و غير خارطتها ومعالمها و أصبح مصدر للمادة الإعلامية و محبوبا للجماهير.

إن تصدر المرأة المشهد الإعلامي في الآونة الأخيرة في منصات التدوين الالكتروني و بتدوينات متنوعة يعود بالأساس إلى تسهيلات توفر الانترنت والتطور التكنولوجي فمن منا اليوم لا يملك هاتف مزود بالانترنت ومن منا لا يتصفح الانترنت وهو ما مكن المرأة من ولوج ميادين متعددة بتدويناتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتعددة ومعالجة مختلف قضايا وشؤون النساء أو غيرها وبالتالي استطعن تحسين وضع المرأة وصورتها في المجتمع، لقد استطاع التدوين الكشف عن مواهب نسوية متعددة برعت

في الطرح الإعلامي وبأساليب جذابة ومتنوعة كما وجدت فيه الكثيرات ملاذا ومتنفسا فأصبح جزءا من التنشئة الاجتماعية بينما الكثيرات اعتبرنه عمل يتقاضين منه اجر إن هذا الالتفاف الواسع حول التدوين الالكتروني يستحق أن يعطى له الأهمية وان يصقل ببعض من المنهجية العلمية وان يوضع اطر عملية تزيد من جمالية وفاعلية هذا النوع من الإعلام وتحترم مواثيقه الأخلاقية وتخدم مصداقية الإعلام مع البحث عن التكامل بين الإعلام الرسمي والتدوين الالكتروني لقد مكنت حرية التعبير المرأة من خلال فضاءات التدوين الالكتروني بتقنياته الحديثة من إبداء أراءها حيال القضايا الاجتماعية المختلفة والابتكار والتأثير على مختلف الفئات الأخرى وبالتالي ممارسة حق الاختيار واتخاذ القرارات والمشاركة بفاعلية في العملية التنموية للمجتمع .

-قائمة المراجع:

1- وسام فاضي راضي ومهند حميد التميمي، **الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة**، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة،2017 ، ص.25.

2- محمد الفاتح حمدي وآخرون، **تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير**، ط1، مؤسسة كنوز الحكمة، الجزائر ،2011 ، ص.48.

3- محمد أمين عبوب، **الويب2.0 والإعلام الاجتماعي تحولات البيئة الإعلامية**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 29، جوان 2017، ص.188.

4 -عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دار الشروق للنشر، الأردن، 2008، ص.33.

5-ياس خضير البياتي، **الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة**، ط1، دار البداية للنشر، الأردن، 2014، ص.377.

6- فوزي شريطي مراد، **التدوين الالكتروني والأعلام الجديد**، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2015، ص.128.

7-عصام منصور، **المدونات الالكترونية مصدر جديد للإعلام**، مجلة دراسة المعلومات، العدد5 ، ماي 2009 ، ص.93.

8 - موقع الكترونيhttp: //ar.m.wikipedia.org تاريخ ووقت الزيارة: 17-03-2021 الوقت 10:00.

9 -أليس انتوم ،تر.سامي عامر، **الصحافة الرقمية**، ط1، الثقافة للنشر والتوزيع، بيروت، 2017، ص.105.

10 -حداد ناريمان، **الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة في المحتوى والأثر على عينة من صفحات المرأة على الفايسبوك ومستخدماتها**، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بسكرة، 2018، ص.17.

11 -جمال الزرن، **المدونات الالكترونية وسلطة التدوين**، مجلة شؤون العربية، العدد30،2007، ص.51.

12 -علي عبد الفتاح كنعان، **الصحافة الالكترونية العربية**، ط1، دار اليازوري للنشر، عمان، 2014، ص.81.

13 -فوزي شريطي مراد، مرجع سابق، ص.ص137.136.

14 -محمد عبد الحميد، **المدونات الإعلام البديل**، ط 1، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 2009، ص.221.

15-سهيلة بضياف، المدونات **الالكترونية في الجز ائر دراسة في الاستخدامات و الاشباعات**، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، كلية الحقوق، باتنة، 2010، ص.49

16-زكي حسين الوردي، **صحافة المدونات الالكترونية على الانترنت عرض وتحليل**، مجلة الباحث الإعلامي، العدد3، حزيران 2008، ص.16

17-أمينة حسني، أهم 6 منصات فيديو على الانترنت للناشرين والمؤسسات الإعلامية، تاريخ النشر12.12.2018، موقع الكتروني http://ainews.com تاريخ ووقت الزيارة 15-03-2021 وقت 00:13.

18- كنزة حمدي، **تأثير النشــاط النســوي الافتراضــي على النســاء عبر مو اقع التواصل الاجتماعي**، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 08، أغسطس 2019، ص.123

19-عبد الحليم حمود، **الانترنت إعلام ضد إعلام**، ط1، دار الهادي للنشر، بيروت، 2008، ص.91.

20- محمود الداودي، **المقدمة في علم الاجتماع الثقافي برؤيةعربية إسلامية**، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 2010، ص.205

21- بول ليفنســـون، تر.هبة ربيع، **احدث وســـائل الإعلام الجديدة**، ط1، دار الفجر للنشر، مصر،2015، ص.157.

التدوين المرئي النسوي والفضاء العمومي

Feminist Vlogging and Public Space

د/ مرزوقي بدر الدين

ط.د/ ساعد هواري خديجة

جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، مخبر اللغة والاتصال.

ملخص

يمثل التدوين المرئي النسوي شكل حديث من أشكال التدوين الإلكتروني القائم على الفيديو كدعامة أساسية لمشاركة المحتوى، استطاعت المرأة من خلاله التعبير والتواصل مع العالم الخارجي بأسلوب مبتكر نقلت من خلاله جزء من فضاءها الخاص إلى العلن، كما شكل التدوين المرئي فضاء لإفصاح المرأة عن ذاتها كممارسة اجتماعية لاقت اهتماما واسعا من طرف الجمهور التواق لمعرفة المزيد من التفاصيل عن الحياة الخاصة للمدونات وتجاربهن وخبراتهن، ما ساهم في تغيير تصور الجمهور واتجاهه أكثر نحو الانفتاح والمشاركة.

الكلمات المفتاحية: التدوين المرئي- المرأة- الفضاء العمومي- الفضاء الخاص.

Abstract

Feminist video blogging is a modern form of electronic blogging, Based on the video as a mainstay for content sharing, it allowed women to express and communicate with the outside world in an innovative way through which they transferred part of their private space to the public, and formed a space for women's self-disclosure as a social practice that attracted attention Widespread

by an audience eager to know more details about the private life of vloggers and their experiences, what contributed to changing the public's perception and its trend towards more openness and more sharing.

Key words:

video blogging- women - public space - private space.

مقدمة

أدى ظهور التقنيات الحديثة للأنترنت إلى ظهور أشكال جديدة للتعبير والتواصل تعتمد أساسا على الوسائط المتعددة لمشاركة المعلومات، ويمثل التدوين المرئي أحد هذه الأشكال الحديثة للتدوين الإلكتروني التي عرفت انتشارا واسعا وتحديدا لدى المرأة. فقد أتاح التدوين المرئي للمرأة فرصا للتعبير عن انشغالاتها وطرح قضاياها بقدر من الحرية، فأصبحت قادرة على مناقشة العديد من المواضيع التي كانت في السابق مستبعدة من النقاش في الفضاء العمومي. وبذلك تحولت المرأة من فرد يبحث عن الاهتمام بقضاياه في وسائل الإعلام التقليدية إلى فاعل يصنع محتواه ويطرح قضاياه بنفسه من خلال ولوجها إلى فضاء التدوين المرئي.

يشهد نشاط التدوين المرئي في السنوات الأخيرة إقبالا واسعا من طرف المرأة لتوثيق يومياتها وتنقلاتها وإنجازاتها، كما تشارك من خلاله آمالها وشغفها وتفضيلاتها، عبر منصات تفاعلية كالفايسبوك واليوتيوب والانستغرام لتكون ظاهرة ومرئية للملايين من المستخدمين عبر العالم المهيئين لمشاهدة هذا المحتوى والتفاعل معه سواء بتقديره أو بانتقاده. وقد صاحب هذا النشاط التواصلي مجموعة من الظواهر ميزته عن غيره من الانشطة التواصلية وسنحاول مناقشتها من خلال طرح التساؤل التالي:

ما هي أهم المميزات التي يتميز بها فضاء التدوين المرئي النسوي؟

الفضاء العمومي

يعود مفهوم الفضاء العمومي إلى الفيلسوف الألماني يورغن هابرماس الذي رصد صيرورة نشأة وتطور الفضاء العمومي البرجوازي في القرن الثامن عشر في كتابه "التحولات البنيوية للفضاء العمومي" سنة 1962، مشيرا إلى أنه "فضاء يلتقي فيه الأفراد في شكل عمومي لمناقشة قضايا ذات الشأن العام".

لقد صاغ هابرماس مفهوم الفضاء العمومي متأثرا بالفكر الكانطي الداعي إلى الاستخدام العمومي للعقل كسبيل للتحرر، وارتبط بفضاء مفتوح لمناقشة القضايا ذات الشأن العام من طرف مجموعة من الأفراد قصد تشكيل رأي عام (habermas, 1993, p. 69).

تشير كلمة العمومي public إلى ما يجمع الناس، وترى نانسي فريزر أن مفهوم العمومي قد يأخذ أحد المعاني التالية: عمومي بمعنى في علاقة مع الدولة، عمومي بمعنى متاح للجميع، عمومي بمعنى يهم الجميع، عمومي بمعنى يتعلق بالصالح العام (Fraser, 2001, p. 142). كما يمكن أن نجد لها معنى آخر و هو rendre public كدلالة على الإعلان، بمعنى إخراج الشيء إلى العلن و إتاحته للجميع (لعياضي، 2018، صفحة 145).

يرى هابرماس أن الفضاء العمومي في الحقبة اليونانية قد تمثل في ساحات الأغورا AGORA كمكان للتعبير وتبادل الأفكار، القائم على الحوار، حيث كانت تتشكل الحياة العمومية وتعقد النقاشات اليومية وتشير كلمة POLIS أي المدينة إلى الفضاء السياسي حيث يجتمع المواطنون الأحرار للحوار والمناقشة(habermas, 1993, p. 15) .

وتظهر الدراسات التاريخية أن الفضاء اليوناني لم يشهد حضورا للمرأة فلم تكن تملك حق مشاركة في هذه التجمعات أو حضورها، كما لم يكن لها أية حقوق سياسية كالتصويت أو تولي المناصب الإدارية (حبست، 2005، صفحة 17). واقتصر دورها على الاهتمام بأمور البيت والتربية ولم تحظى بممارسة أي نشاط خارج بيتها. أما في العصور الوسطى وفي ظل النظام الإقطاعي القائم على الهرمية وغياب مفهوم المواطنة، نجد أن

العمومي قد ارتبط بالملك كشخصية عمومية في حين تمثل الفضاء العمومي في البلاط الملكي.

أما في القرن الثامن عشر فقد ارتبط الفضاء العمومي بالقدرة على المشاركة والمناقشة قصد تشكيل الرأي العام كما ارتبط بالتعبير عن الآراء والأفكار دون الخضوع إلى السيطرة، ويعتبره هابرماس فضاء مفتوح ومتاح للجميع بطرق متساوية ومتكافئة.

يعتقد بعض الباحثين أن فكرة الفضاء العمومي فكرة مثالية ولم تتحقق على اعتبار أن الفضاء العمومي كان فضاء حصريا للطبقة البرجوزاية إذ تشير نانسي فريزر إلى أن الوصول إلى الفضاء العمومي لم يكن متاحا للجميع، حيث تم استبعاد العديد من الفئات من المشاركة في هذا الفضاء ومن بينهم المرأة(Fraser, 2001, p. 10) ، حيث تحدد وجودها في الفضاء الخاص المتمثل في البيت وهو الفضاء المعاكس للفضاء العمومي، حيث تنشغل المرأة بالأعمال المنزلية كالتنظيف والطبخ والتربية.

في سياق هذ الاستبعاد المجحف للفئات المهمشة بشكل عام ولدور المرأة بشكل خاص، وفي ظل التطور الهائل لتكنولوجيا الانترنت وانتشار التطبيقات الحديثة للتواصل الاجتماعي، ذهب فريق من الباحثين إلى القول إن هذه التطبيقات من شأنها وضع نهاية للإقصاء باعتبارها فضاءات تتميز بالانفتاح والنفاذية، ويعتبر التدوين المرئي من بين هذه التطبيقات التي شاع استخدامها من طرف المرأة للتعبير عن أفكارها وآرائها وفيما يلي سنتطرق إلى تعريفات حول التدوين المرئي النسوي وأهم مميزاته.

المرأة وفضاء التدوين المرئي

ظهرت المدونات في منتصف التسعينيات من القرن العشرين، ويشير مصطلح blogإلى إدغام لكلمتيWeb Log والتي تعني سجل الشبكة، وقد أطلق هذا المصطلح لأول مرة من قبل **جون بارغر** سنة 1997 إلا أن المدونات لم تنتشر على شبكة الويب إلا بعد

عام 1999حيث أصبحت خدمات الاستضافة تسمح للأفراد بإنشاء المدونات الخاصة بهم بصورة سريعة وسهلة نسبيا (عباس، 2007).

وتمثل المدونة " أداة اتصالية يشارك فيها الأشخاص يومياتهم وروتين حياتهم يحملونها بطريقة التسلسل الزمني التصاعدي مصحوبة بآلية أرشفة المدخلات القديمة" (رابح، 2008، صفحة 579).

"وتعتبر المدونة حسبHenry Farrell أنها " صفحة ويب تحتوي على الحد الأدنى من التحرير الخارجي أو بدونه، وتوفر التعليقات عبر الإنترنت، ويتم تحديثها بشكل دوري وتقديمها بترتيب زمني عكسي، مع ارتباطات تشعبية لمصادر أخرى عبر الإنترنت" ,Wen) .Yonghong, Tiejun, & Qiang, 2010, p. 5)

تعتبر المدونات من المواقع التي وجدت إقبالا من المرأة حيث استطاعت من خلالها ولوج العالم افتراضي متجاوزة معايير التمييز التقليدية (حدادي، 2020)، والانتقال من الوضع السكوني، إلى المشاركة في الفضاء العمومي من خلال التعبير والتفاعل وتبادل الأفكار، فقد تحولت المدونات النسائية إلى فضاء تواصلي مستحدث، يعكس حضور المرأة ضمن السياقات الافتراضية. (مساعدي و نايلي، 2019، صفحة 396).

وقد سمحت التقنيات الحديثة التي أتاحتها وسائل الإعلام الجديدة بتطوير ممارسات التدوين، وأنتج شكلا آخرا يعتمد أساسا على الفيديو كوسيط أساسي، أطلق عليه التدوين المرئي أو التدوين بالفيديو vlogging أو باختصار vlog كدمج بين كلمتي التدوين blogging والفيديو vidéo.

وقد وفرت مدونات الفيديو لأصحابها وسيلة أكثر تعبيراً من المدونات النصية، فمن خلالها يمكن التواصل مع العالم الخارجي. فهي تشكل وسيطا أكثر تأثيرا وإقناعا من التدوين الإلكتروني الكلاسيكي. ووفقًا لـ Snelson، فإن مدونات الفيديو عبارة عن

مقاطع فيديو قصيرة عبر الإنترنت يتم تصويرها بشكل شائع في المنزل، وتتناول العديد من الموضوعات، وغالبًا ما تتميز بمونولوج فردي أمام الكاميرا (Raby & Caron, 2018, p. 495). يتم إنشاء إدخالات مدونة الفيديو بشكل منتظم وغالبًا ما تجمع بين الفيديو المضمّن أو رابط الفيديو مع النص الداعم والصور والبيانات الوصفية الأخرى (Wen, Yonghong, Tiejun, & Qiang, 2010, p. 5). وتتيح للمشاهد التفاعل من خلال التعليقات.

لقد شكلت سلسلة Rocketboom التي ظهرت سنة 2004 الظهور المبكر للمدونات المرئية، وساهم إطلاق موقع يوتيوب سنة 2005 كموقع لاستضافة الفيديو في انتشار المدونات المرئية، ليصبح المنصة الأشهر للتدوين المرئي من خلال إتاحة تحميل ومشاركة الفيديو.

لقد منح التدوين المرئي للمرأة مساحة أكبر من أجل التعبير عن نفسها وتقديم ذاتها خاصة وأن التدوين المرئي تفوق على التدوين الكلاسيكي القائم على النص، وعرف انتشارا واسعا من طرف الجمهور المستخدم، وتحاول المرأة من خلال التدوين المرئي تقديم نفسها بأسلوب مبتكر يعتمد على الحديث العفوي والمواضيع المثيرة التي تسعى من خلالها لجذب اهتمام الجمهور المستخدم.

لقد حظيت مدونات الفيديو في السنوات الأخيرة باهتمام كبير من طرف المرأة، حيث سجلت إقبالا واسعا على ولوج هذا الفضاء على عكس ما شهدته المدونات الكلاسيكية من حضور محتشم. اقتصر على كتابات أدبية وخواطر تعبر من خلالها المرأة عن مشاعرها وعاطفتها وغالبا ما تكون تحت أسماء مستعارة، خوفا من ردة فعل مجتمعها ورفضه لها (دريم، 2018، صفحة 180).

ويتزايد إقبال المرأة على التدوين المرئي نظرا للجانب الربحي الذي يعود به، وهو ما كان سببا مشجعا لبعض النساء لولوج عالم التدوين المرئي، إذ تعتبره بعضهن مصدر لكسب المال من خلال العائدات المالية المحققة عند ارتفاع عدد المشاهدات وعدد المشتركين، أو من خلال الترويج للعلامات التجارية التي أصبحت تتهافت على أصحاب

المدونات ذات الاشتراك والمشاهدات العالية للتسويق لمنتجاتها من خلال التوصيات كنهج جديد يهدف لزيادة العملاء.

وبهذا تسعى الشركات التجارية إلى التعامل مع المدونات اللواتي يعملن على إظهار المنتوج في فيديوهاتهن بشكل منهجي لاستهداف المتابعين وتنقسم المدونات بالفيديو إلى نوعين:

النوع الأول: ويشمل المدونات اللواتي بدأن نشاطهن لأول مرة في التدوين المرئي من خلال مشاركة وصفات طبخ أو نصائح للتجميل وتنسيق الألبسة والديكور أو التعليم وغيرها وتتجه الشركات التجارية للتعامل مع هذا النوع لإقبال الجمهور المستخدم على مشاهدة هذا النوع من المحتوى القائم على مشاركة التجارب والخبرات السابقة للمدونات.

النوع الثاني: وهن الوافدات الجدد من الممثلات والفنانات والإعلاميات المعروفات إعلاميا واللواتي يحظين بمتابعة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي كالفايسبوك والانستغرام، حيث تستفيد الشركات التجارية من شهرتهن وقاعدتهن الجماهيرية في التعريف والترويج لعلامتها التجارية.

مميزات التدوين المرئي النسوي

كشفت متابعتنا لنشاط التدوين المرئي النسوي عبر وسائل التواصل التي تدعم الفيديو على المميزات التالية:

1-الإفصاح عن الذات

يشير الإفصاح عن الذات le dévoilement de soi إلى الميل لمناقشة المعلومات الشخصية مع أشخاص آخرين"(Brodin & Magnier, 2012, p. 147) و يمكن القول أنه "العملية التي يبوح الفرد بواسطتها طوعا بمعلومات مهمة و حقيقية عن نفسه لشخص آخر، و يعرفه **جوارد** بأنه العملية التي يخبر فيها الفرد شخصا آخر بصدق عن معتقداته و مشاعره (جدي، 2008، صفحة 139) ، كما و يعرف **lindsley** الإفصاح عن الذات بأنه مشاركة الآخرين المعلومات التي لم يطلعوا عليها فهو شكل من أشكال

مشاركة الآخرين عن نفسك و خبراتك الحياتية، و ظروفك الشخصية و مشاعرك و صراعاتك و طموحاتك و كذلك آراءك و اتجاهاتك (بنت محمد سليمان و الدحادحة، 2019، صفحة 18).

ويمثل التدوين المرئي فضاء ملائما ومهيئا لتعزيز هذه الممارسة الاجتماعية لدى المرأة، من خلال فتح المجال للبوح والتعبير والتعرف أكثر عن نفسها وفهم ذاتها من خلال ردود أفعال الآخرين.

و لتوضيح كيفية حدوث عملية الإفصاح عن الذات طور الباحثان **جوزيف لوفت** Joseph Loft و **هاري إنجهام** Ingham Harry نموذجا أطلقا عليه "نافذة جوهاري"" Johari Window " حيث تم تقسيم الذات البشرية إلى أربع أجزاء رئيسية:

الذات المكشوفة: وتشمل المعلومات لا يمكن للفرد إخفاؤها عن الآخرين.

الذات المخفية: تتضمن معلومات يعرفها الفرد عن نفسه و لا يعرفها عنه الآخرون، و غاليا ما يميل الفرد إلى اخفاء هذه المعلومات و حجبها عن الآخرين خوفا من الرفض أو الانتقاد.

الذات العمياء: وهي تمثل المعلومات لا نعلمها عن أنفسنا لكنها ظاهرة للآخرين.

الذات المجهولة: وهي منطقة غير معروفة من الجميع، وتمثل جميع أبعاد شخصيتنا التي لم يتم اكتشافها حتى الآن (بن سليمان النملة، 2015، صفحة 33).

واستنادا لهذا النموذج الاتصالي يمكن القول أن المرأة من خلال الإفصاح عن الذات عبر التدوين المرئي فهي تكشف عن ذاتها وفي نفس الوقت تكتشفها. فالكشف عن الذات يعزز الثقة بينها وبين الآخرين ويسمح باتساع المساحة المكشوفة بينها وبين الآخرين كلما زادت التفاعلات، كما أنه يعمل كمرآة عاكسة لذات المرأة التي يمكن أن تكتشفها من خلال التفاعلات التي يدرجها المتفاعلون مع المدونة.

ومن الملاحظ أن المرأة عبر التدون المرئي أصبحت تميل أكثر إلى الإفصاح عن ذاتها المخفية من خلال تناولها لمواضيع شخصية تتعلق بخصوصيتها كمسائل الزواج والإنجاب والطلاق.

وتعتمد المرأة على الإفصاح عن ذاتها كوسيلة لزيادة شهرة مدونتها خاصة وأن التدوين المرئي عبر اليوتيوب يفرض نظاما قائما على عدد المشتركين وعدد المشاهدات المرتفع، فالمعلومات والقصص ذات الطابع الشخصي والحميمي ستزيد من اهتمام المشاهدين، ولذلك تتعمد بعض النساء المدونات جذب المتفاعلين من خلال الصور الوصفية المعبرة والعناوين الغريبة والمثيرة للفضول المصاحبة لتعابير مثل: " خطير "،"مهم جدا" أشياء عليك معرفتها" "الحقيقة كاملة" "لا يفوتكم" "صدمة حياتي"

كما تستعمل المرأة عناوين توحي بالحصرية مثل: "لأول مرة "، "أشارككم سري" وغيرها من التعابير التي توحي برغبة المرأة في أن تكون شفافة أمام نفسها وأمام الآخرين.

2-انفتاح الفضاء الخاص

تعود مسألة انفتاح الفضاء الخاص إلى تسعينات القرن الماضي، فمنذ 1990 ظهر الاهتمام بهذه الظاهرة من خلال أبحاث ريشارد سنينت وLasch Christopher، في ظل النجاح الباهر الذي حققته برامج تلفزيون الواقع التي شاع انتشارها تزامنا مع ظهور التلفزيون كوسيلة إعلام جماهيرية، حيث سجلت فترة الثمانينات إقبالا واسعا للأفراد على المشاركة في هذه البرامج، شكلت بذلك منعطفا بارزا في بروز حميمية الأفراد إلى العلن (Pastinelli، 2019، صفحة 79).

يرتبط الفضاء الخاص في الثقافة اليونانية بـL'OIKOS وهي كلمة تشير إلى البيت وهو يمثل المكان الذي ينشط فيه الفرد كما يريد، وهو حسب حنا ارندت مساحة للتفكير وحماية من هيمنة الفضاء العمومي (ثابت، 2019، صفحة 418)، ويؤكد يورغن هابرماس على أن الفضاء الخاص هو فضاء مغلق، لكونه مجال الفعل الحميمي

والاتصال الفردي المؤسس على مبدأ تحديد الهوية الفردية، أي معرفة كل طرف للآخر معرفة دقيقة بالاسم والوجه (الرويسي، 2019). كما يرتبط الفضاء الخاص بالحق في الخصوصية إذ يشير هايدغر إلى أن الفضاء الخاص هو المكان حيث يمكن أن نعبر عن أنفسنا، كمساحة آمنة حيث يكون فيها الفرد وحده ويقدم نفسه كما يريد من دون أن يكون معزولا (بن شويخ، 2018، صفحة 271)، كما أنه يقوم على السرية، على عكس الفضاء العمومي الذي يقوم على العلنية والشفافية (Vallet، 2019، صفحة 165) والانفتاح على الجمهور وإمكانية وصول هذا الأخير إليه والمشاركة فيه.

تحتل المرأة مكانة هامة في الفضاء الخاص الممثل في البيت في المخيلة الشعبية، فالبيت هو فضاء المرأة الذي يحتوي أكبر قسم من وقتها إن لم نقل كله، فلقد أصبحت المرأة تستدعي فضاء البيت، وفضاء البيت يستدعي المرأة، كما تعكس المرأة فضاء البيت، وفضاء البيت يعكس المرأة. بل تكاد تتوحد معه فتصبح المرأة هي البيت، وهو ما تعكسه الثقافة الشعبية من خلال الخطابات الذكورية التي تعطي لفضاء البيت دلالات تتجاوز جغرافيته الجامدة وتبعث فيه الحياة والروح ليصبح امتداد لحضور المرأة وتمثلاتها (سعيدي، 2013).

وبالرغم من التدوين المرئي يعطي للمرأة فرصة الخروج من الفضاء الخاص الذي ارتبطت به منذ التاريخ إلا أن ما نشهده من خلال محتوى التدوين المرئي النسوي يحيل إلى أن المرأة لم تنفصل عن فضاءها الخاص بل ظلت مرتبطة به وبأدوارها فيه، فالمرأة فتحت الفضاء الخاص الممثل في البيت ونقلته إلى العلن.

3-الظهور إلى العلن

يطرح جويل بيرمانJoël Birman مسألة الإنترنت كعالم يتجدد فيه الكوجيتو الديكارتي من "أنا أفكر إذا أنا موجود" Je pense donc je suis إلى كوجيتو يخضع لسلطة

الظهور والبروز ليصبح " أنا أرى وعلى مرأى إذن أنا موجود" Je vois et je suis vu donc "je suis

يتزايد إقبال المرأة على الظهور عبر الانترنت، ويبدو اليوم أن الكثير من النساء لديهن رغبة في الخروج من المجهولية Anonymat (Vallet, 2019, p. 171) والتحول إلى الظهور العلني، فالإفصاح عن الذات وانفتاح الفضاء الخاص سيؤديان حتما بالمرأة لأن تكون مرئية على الويب أو على الأقل بالنسبة لمجتمع التواصل الاجتماعي communauté الذي يتابعها، ويتمثل ظهور المرأة عبر التدوين المرئي من خلال نمطين من الظهور:

الظهور الكامل: تتجه فيه المرأة إلى ظهورها أمام الكاميرا كخطوة جريئة لمواجهة المجتمع، وغالبا ما تستعمل هذه الفئة اسمها الحقيقي والكامل، وغالبا ما تشارك ظهور أفراد عائلتها.

الظهور الجزئي: تتجه فيه المرأة إلى إظهار جزء من جسدها كاليدين مثلا مقابل إخفاء الوجه، وغالبا ما تستعمل أسماء مستعارة مرتبطة بالأمومة مثل أم البنات، أم محمد أو بالجمال مثل beauty وstyle..

4-جمهور التدوين المرئي

لا يمكن الحديث عن التدوين المرئي بدون أن نشير إلى جمهور هذا النوع من المحتوى، فالجمهور هو العامل الرئيسي الذي يقود التدوين المرئي حاليا، فلا جدوى من مشاركة محتوى فيديو إذا لم يكن هناك من يشاهده.

في غياب معرفة معينة عن الجمهور، يأخذ المدونون إشارات من بيئة وسائل التواصل الاجتماعي لتخيل المجتمع، فمثلا يتيح موقع يوتيوب مؤشرات لفهم الجمهور وتقييم الأداء من خلال الاطلاع على البيانات الخاصة بمقاطع الفيديو والتي تكشف على:

القدرة على جذب المشاهدين المحتملين (مرات الظهور)

القدرة على جذب الانتباه (المشاهدات)

القدرة على الحفاظ على اهتمامهم (وقت المشاهدة).

تعتمد مدونة الفيديو بشكل كبير على التفاعل بين المدون والجمهور من خلال زر الإعجاب/ عدم الإعجاب، أو من خلال مساحة التعليقات حيث يمكن للمشاهدين الرد على الأفكار أو الأسئلة التي طرحها المدون، أو مشاركة آرائهم حولها، أو طلب تعديلات على مدونة الفيديو أو موضوعات محددة لمقاطع الفيديو المستقبلية، هذه الصفات التفاعلية لمدونة الفيديو تجعل المحتوى ديناميكيًا وقابلا للتكيف، كما تمنح الجمهور دورا في إنشاء محتوى المدونات المرئية(Grice, 2012, p. 33) .

التحدي الذي يواجه المدونون بالفيديو هو إنشاء علاقة حميمة مع جمهور مجهول وغير مرئي، يشمل كلا من المتابعين الفعليين والمحتملين. خاصة وأن الجمهور وجد في التدوين المرئي محتوى مختلفا ومغايرا عن المحتوى الذي تعود عليه في وسائل الإعلام التقليدية، فتحول إلى جمهور تواق وفضولي إلى معرفة المزيد من التفاصيل عن حياتهم الشخصية و أبدى رغبة في اختراق مساحتهم الحميمية، و المطالبة بعرض و مشاركة المزيد من التفاصيل.

تعتبر هذه الممارسات كحاجة تتولد عند المتابعين من أجل إشباع فضولهم وتعد كنتيجة أو تحصيل حاصل للظواهر سابقة الذكر فكلما اتسع مجال الخصوصية، أصبح الجمهور يطالب بمزيد من المعلومات والتفاصيل الشخصية.

خاتمة

حاولنا في هذه الورقة البحثية الوقوف على ظاهرة التدوين المرئي النسوي كأحد الأشكال الاتصالية الحديثة التي تعرف إقبالا واسعا لدى المرأة، وتسليط الضوء على أهم مميزاته التي شدت انتباهنا أثناء مشاهدتنا لعديد من المدونات المرئية النسوية، هذه

المميزات تجعل من فضاء التدوين المرئي النسوي يقف في موضع متناقض كفضاء خاص معروض بشكل علني ومرئي للجميع.

ويمكن إيجاز أبرز مميزات التدوين المرئي النسوي في النقاط التالية:

التدوين المرئي عزز من ارتباط المرأة بفضائها الخاص الممثل في البيت وسمح بنقل نشاطاتها وقضاياها إلى العلن.

التدوين المرئي خلق فضاء لإفصاح المرأة عن ذاتها وتعزيز ثقتها بنفسها وبالآخرين، ووسع من المساحة المكشوفة بينها وبين محيطها.

التدوين المرئي غير التصور لدى الجمهور، إذ أصبح ذو وعي أكبر للتنوع الثقافي ومنفتح أكثر لمشاركة المزيد من التفاصيل الشخصية.

قائمة المراجع

Caroline Vallet .(2019) .LE DÉVOILEMENT DE LA VIE PRIVÉE SUR LES SITES DE RÉSEAUSOCIAL.DES CHANGEMENTS SIGNIFICATIFS .*Droit et Société*.188-163 ،(80) *1* ،

Comprendre l'audience de vos vidéos sur YouTube. (15 6, 2018). تاريخ الاسترداد 15 4, 2021، من storage.googleapis: https://storage.googleapis.com/creator-academy-assets/analytics-impressions/analytics-impressions%20-%20fr.pdf

Gao Wen ،Tian Yonghong ،Huang Tiejun ، و Yang Qiang .(2010) . Vlogging: A survey of videoblogging technology on the web .*ACM Computing Surveys*.57-1 ،(4) *42* ،

Habermas, J. (1978). *L'espace public archeology de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, Traduction, Marc Bride Laury, Ed1.* Paris: Payot paris.

J habermas .(1993) .*L'espace public archeology de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, Traduction, Marc Bride Laury* .Paris: Payot paris.

Karly Marie Grice .(2012) .Journey to the Center of a Vlog: One Woman's Exploration of the Genre of Video Blogs .Grassroots Writing Research Journal.37-31 ،(1) 3 ،

Madeleine Pastinelli .(2019) .Et si l'exposition publique du privé était une manière de s'engager? Le sacrifice du privé comme stratégie d'autodétermination de Soi .Revue Jeunes et Société.,90–77 ،(1) 4 ،

Nancy Fraser .(2001) .Repenser La Sphere Public :une contribution à la critique de la democratie telle qu'elle existé réellement, trad par Muriel . Hérmes.156-125 ،(31) 3 ،

Oliviane Brodin و ،Lise Magnier .(2012) .le développement d'un index d'exposition de soi dans les médias sociaux : phase exploratoire d'identification des indicateurs constitutifs .Management & Avenir ،(58) 8 ، .168-144

Rebecca Raby و ،Caroline Caron .(2018) .Vlogging on youtube: the online, political engagement of young canadians advocating for social change .Journal of youth studies.512-495 ،(4) 21 ،

الصادق رابح. (2008). الفضاء المدوناتي انبعاث حامل اتصالي جديد أم توهمات جماعية جديدة. *دراسات العلوم الانسانية و الاجتماعية ، 35* (3)، 579-600.

أمجد أبو جدي. (2008). الإدمان على الهاتف النقال و علاقته بالكشف عن الذات لدى عينة من طلبة الجامعتين الأردنية و عمان الأهلية. *المجلة الأردنية في العلوم التربوية ، 4* (2)، 137-150.

بو بكر الصديق بن شويخ. (2018). الفضاء العمومي الافتراضي ساحة للتعبير و تعزيز الحريات. *مجلة العلوم الاجتماعية ، 4* (7)، 269-280.

جلال الرويسي. (22 03, 2019). *مقال كلاود*. تاريخ الاسترداد 25 03, 2021، من مقال كلاود: https://www.makalcloud.com/post/8few99c3d

روجر حبست. (2005). *تر منيرة كروان، المرأة في أثنا الواقع و القانون*. القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة.

سعاد بنت محمد سليمان، و باسم الدحادحة. (2019). مستوى كشف الذات لدى طلبة جامعة قابوس في ضوء بعض المتغيرات الديموغرافية. *مجلة العلوم التربوية* (9)، 17-49.

سلمى مساعدي، و نفيسة نايلي. (2019). المدونات الإلكترونية العربية و الفضاء العمومي الافتراضي، دراسة تحليلية للمدونات النسائية في ضوء مقاربة هابرماس. *مجلة المعيار ، 23* (48)، 395-414.

شيماء اسماعيل عباس. (mai, 2007). *المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية مصدرا للمعلومات مع إشارة خاصة لمدونات المكتبات ومدونات المكتبيين*. تاريخ الاسترداد 15 04, 2021، من journal cybrarians: view=&http://www.journal.cybrarians.org/index.php?option=com_content catid=230:2011-07-21-09-46-&id=536:2011-08-22-14-11-41&article Itemid=76&08

عبد الرحمن بن سليمان النملة. (2015). ، الإفصاح عن الذات و علاقته بكل ن المساندة الاجتماعية و وجهة الضبط لدى طلاب و طالبات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. *مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية* (40).

فاطمة الزهراء دريم. (2018). التدوين الالكتروني و المرأة الجزائرية. *الساورة للدراسات الانسانية والاجتماعية ، 4* (2)، 171-185.

محمد سعيدي. (2013). الدار – المرأة"رمزية الفضاء بين المقدس والدنيوي في الثقافة الشفوية. *مجلة إنسانيات* (2)، 6-14.

نصر الدين لعياضي. (2018). إشكالية الفضاء العمومي و التلفزيون في الدول العربية. *الصورة و الاتصال ، 1* (1)، ص.ص 144-172.

نصر الدين لعياضي. (2018). إشكالية الفضاء العمومي و التلفزيون في الدول العربية. *مجلة الصورة و الاتصال ، 1* (1)، 144-172.

نوار ثابت. (2019). الفضاء العمومي عند يورغن هابرماس بحث في المفهوم و التحولات التاريخية. *مجلة جامعة النجاح للأبحاث ، 33* (3)، 407-432.

وليدة حدادي. (2020). *الاعلام وقضايا والمرأة*. مركز الكتاب الاكاديمي.

الهوية الافتراضية للمرأة الجزائرية المدونة في الفايسبوك بين الحقيقية والمستعارة

دراسة ميدانية في الأسباب والتطلعات على عينة من مستخدمات الفايسبوك

خـــالـــد لـــــرارة (جامعة الجزائر3)

lararakhaled@gmail.com

ملخص:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وتهدف إلى البحث في أسباب استخدام المرأة الجزائرية في الفايسبوك لهوية حقيقية وهوية مستعارة وكذا تطلعاتها المستقبلية لحماية هويتها الافتراضية، وتدخل هذه الدراسة ضمن محور خصائص وسمات التدوين النسوي في الجزائر. وقد تم استخدام المنهج المسحي وأداة الاستمارة الاستبيانية لجمع البيانات، ونظرا لأن مجتمع البحث كبير تم العمل بنظام العينة القصدية إذ تم توزيع 50 استمارة على عينة من نساء جزائريات مستخدمات للفايسبوك في الفترة ما بين 12 و20 أفريل 2021، استرجعت منها 43 استمارة لتخضع للتحليل الكمي والكيفي.

الكلمات المفتاحية: الهوية الافتراضية، المدونة، الفايسبوك، المرأة الجزائرية.

Abstract:

This study falls within descriptive studies, and aims to investigate the reasons for Algerian women using Facebook for a real identity and a borrowed identity, as well as their future aspirations to protect their virtual identity, and this study falls within the axis of the characteristics and features of feminist blogging in Algeria. The survey method and questionnaire tool were used to

collect data, and given that the research community is large, the intention-sample system was implemented, as 50 questionnaires were distributed to a sample of Algerian women using Facebook between 12 and 20 April 2021, and were retrieved 43 questionnaires for quantitative and qualitative analysis.

***Key words**: virtual identity, blog, Facebook, Algerian women.*

مقدمة:

يعتبر التدوين عبر الانترنت من أبرز مظاهر الاتصال انتشارا وشيوعا خصوصا عبر وسائط الاتصال الجديدة وعلى رأسها الفايسبوك. فقد شكل هذا الأخير فضاء افتراضيا تتداعى فيه الأفكار والآراء والمقالات والأخبار لما له من مميزات أهمها الآنية والتفاعل والاتصال المباشر بدون قيود ولا حدود، وظل هذا الفضاء الأزرق كما يصفه الكثير من المتابعين في الوطن العربي حكرا على فئة المدونين الرجال الذين يتميزون بجرأة أكبر من نظرائهم من الجنس الآخر في طرح القضايا، غير أن هذه الممارسة لم تعد حكرا على فئة الذكور فقط، بل دخلت المرأة العربية وخاصة الجزائرية معترك التدوين والنشر عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي لاسيما الفايسبوك باعتباره سهل الاستعمال وقوة الانتشار، لتخوض في قضايا ذات صلة باحتياجاتها واهتماماتها وقضايا أخرى تهم الرأي العام بشكل أشمل.

غير أن في غالب الأحيان تجد المرأة الجزائرية المدونة نفسها في تجاذبات بين التدوين والنشر بهويتها الحقيقية أم بهوية مستعارة، وهذا الأمر يقودنا للحديث عن الأسباب والتطلعات.

تحديد الإشكالية:

تشكل قضية الهوية الافتراضية إحدى أهم الصراعات التي تواجهها المرأة الجزائرية المدونة عبر الفايسبوك داخليا (أي نفسيا) وخارجيا (المحيط الذي تعيش

فيه)، فهي حتما تعيش في تجاذبات بين إبراز هويتها الحقيقية التي تسعى من خلالها إلى إثبات وجودها الطبيعي الذي يعكس انتماءها الحقيقي ولا تخشى في ذلك أية مشاكل، وهوية مستعارة مزيفة يفهم من خلالها أنها قد تواجه مشاكل وضغوطات اجتماعية أو سياسية أو دينية أو أخرى. وتأتي هذه الدراسة لتقف عند أهم الأسباب التي تجعل المرأة الجزائرية المدونة تلج فضاء الفايسبوك بهوية حقيقية أو هوية مستعارة، بالإضافة إلى التطلعات المستقبلية خصوصا فيما يتعلق بالحماية الاجتماعية والقانونية لهوية المرأة الجزائرية المدونة، وبذلك فإننا نحاول الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

ما طبيعة الهوية التي تظهر من خلالها المرأة الجزائرية المدونة عبر فضاء التواصل الاجتماعي فايسبوك؟

تساؤلات الدراسة:

1- ما هو مفهوم الهوية الافتراضية؟

2- فيما تكمن دوافع استخدام المرأة الجزائرية المدونة لهويتها الحقيقية أو هوية مستعارة؟

3- ما هي تطلعات عينة الدراسة فيما يخص صون الهوية الافتراضية؟

فرضيات الدراسة:

- تلجأ المرأة الجزائرية المدونة إلى استخدام هويتها الافتراضية الحقيقية لتثبت رأيها الذي يعكس هويتها الطبيعية.
- تلجأ المرأة الجزائرية المدونة إلى استخدام هوية مستعارة خوفا من الضغوطات الاجتماعية والسياسية والقانونية.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع المعالج، فدخول المرأة ميدان التدوين الافتراضي يعد تحد صعب من كل الجوانب خصوصا وأن مجتمع الذكورة لم يضع فيه موطئ قدم ثابت. وتعد الهوية الافتراضية للمرأة الجزائرية في الفايسبوك من أهم التحديات التي تواجهها، فهذه الدراسة تخوض في الأسباب والدوافع وكذا التطلعات المستقبلية لحماية الهوية الافتراضية، بالإضافة إلى أن هذا البحث يندرج ضمن الدراسات الميدانية التي تسعى إلى تفسير الظاهرة المدروسة كما ونوعا.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية وهي:

1- معرفة رأي عينة الدراسة في دوافع استخدام المرأة الجزائرية المدونة لهويتها الحقيقية.
2- محاولة فهم أسباب استخدام المرأة المدونة لهوية مستعارة.
3- إبراز تطلعات عينة الدراسة لحماية هوية المرأة المدونة في الفضاء الافتراضي وفي الفضاء الحقيقي الذي تعيش فيه.

الدراسات السابقة:

1- دراسة مريم نريمان نومار (2013):

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن صورة المرأة من خلال الهوية الافتراضية التي تظهر بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث قامت بدراسة عينة من مستخدمي (رجال ونساء) موقع الفايسبوك في الجزائر، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي وأداة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، إذ قسمتها إلى محورين:

- المحور الأول: تناولت فيه هوية المرأة الجزائرية عبر موقع الفايسبوك وعادات وأنماط استخدامها للموقع.

- المحور الثاني: تطرقت فيه إلى صورة المرأة من خلال هويتها الافتراضية عبر الفايسبوك من وجهة نظر الرجل.

وقد خلصت الدراسة إلى نتيجة مفادها انتقال التفكير المجتمعي السائد فيما يتعلق بالمرأة في المجتمعات العربية إلى هذا العالم الافتراضي وصعوبة الفصل بين التواجد الفيزيائي والافتراضي.

2- دراسة تومي فضيلة وزهية يسعد (2017):

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات التحليلية التي هدفت من خلالها الباحثتان إلى دراسة ومعالجة أهم القضايا التي تتطرق لها النساء الجزائريات في الفضاء الافتراضي فايسبوك، من خلال تحليل محتوى مجموعة من صفحات نساء جزائريات والهدف من ذلك هو الوصول إلى طبيعة القضايا ذات الأولوية في الاهتمام من قبلهن. وقد اعتمدت الباحثتان على المنهج المسحي واستخدام أداة تحليل المحتوى باعتباره الأنسب لدراسة محتوى المادة المنشورة عبر صفحة "المرأة الجزائرية" على الفايسبوك ابتداء من 18 جانفي إلى غاية 18 فيفري 2017، وهي عينة قصدية اختارتها الباحثتان نظر لصعوبة حصر مجتمع البحث الكلي، حيث خلصت الدراسة إلى نتائج أهمها أن الخوض في القضايا الاجتماعية لاسيما قضايا الأسرة هي من أولوياتها، ثم القضايا المرتبطة بالخطوية والزواج وطبيعة العلاقة بين الأفراد، وتأتي القضايا السياسية والثقافية في ذيل اهتماماتها.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

إن استطلاع الدراسات السابقة من أهم إجراءات البحث العلمي فهي ذات أهمية بالغة تساعد الباحث في توجيه بحثه من عدة جوانب أهمها توسيع القاعدة المعرفية والمعلوماتية عن الموضوع الذي يبحث فيه والأهم من ذلك وضع الدراسة في إطارها النظري والمنهجي الصحيح. (المحمودي، 2019)

وبذلك فإن الدراستين المذكورتين سابقا ساعدتنا في ضبط وتحديد مفاهيم الدراسة والمتغيرات الواجب قياس العلاقة بينها، ونوعية المنهج والأداة البحثية المناسبين لمثل هذه الدراسات، وكذا طبيعة مجتمع البحث والعينة المختارة التي تخضع للدراسة.

تحديد المفاهيم والمصطلحات:

- **الفايسبوك**: هو أحد أنواع الشبكات الاجتماعية، يشير المصطلح إلى دفتر يحمل صورا ومعلومات لأفراد في منطقة أو مجموعة معينة، يمكن الدخول إليه مجانا لأجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. (البياتي، 2014)
- **التدوين:** هو عملية إنتاج محتوى مكتوب أو مسموع أو مرئي عبر صفحة ويب تضم مداخلات الأفراد الذين لهم نفس اهتمامات محتوى المدونة، هذه الأخيرة يديرها مصممها. (صبطي، 2018)
- **الهوية الافتراضية:** هي الشخصية التي يتم إنشاؤها من قبل فرد عبر الانترنت تكون همزة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري للمستخدمين الآخرين، تعكس غالبا السمات والمواصفات التي يقدمها الفرد عن نفسه للآخرين. (الفرفار، 2020)

المنهج المستخدم وأدو اته:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، ويعتبر المنهج المسحي الأنسب لمثل هذه الدراسات علميا ومنهجيا، ويعرفه إبراهيم (2017): " أسلوب لجمع البيانات يتم من خلاله الحصول على المعلومات مباشرة من الأفراد الذين يتم اختيارهم ليكونوا بمثابة أساس للوصول إلى استنتاجات عن المجتمع البحثي موضوع الدراسة." وقد استخدمت الاستمارة الاستبيانية كأداة رئيسية لجمع البيانات حول موضوع الدراسة حيث تم إعداد 50 استمارة استبيانية إلكترونية أرسلت إلى حسابات خاصة بمجموعة من مستخدمات

الفايسبوك في الفترة من 12 إلى 20 أفريل 2021، استرجعت منها 43 استمارة، وقسمت إلى محورين أساسيين:

المحور الأول: أسباب ودوافع استخدام المرأة الجزائرية لهوية حقيقية أو مستعارة في الفايسبوك، وجاءت أسئلته في شقين: الشق الأول خاص بأسئلة تتعلق باستخدام هوية حقيقية وقد أجابت عنها 29 مفردة. أما الشق الثاني فهو خاص بأسئلة تتعلق باستخدام هوية مستعارة وقد أجابت عنها 14 مفردة.

المحور الثاني: تطلعات المرأة الجزائرية بخصوص حماية هويتها الافتراضية في الفايسبوك.

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع البحث لدراستنا هذه كل النساء الجزائريات المستخدمات للفايسبوك، ونظرا لكبر حجم مجتمع البحث وعدم القدرة على حصر جميع مفرداته قمنا بتطبيق نظام العينة، حيث اخترنا العينة القصدية ليتم إخضاعها للدراسة من خلال الإجابة على أسئلة الاستمارة الموزعة على الفايسبوك.

جدول رقم (01): يمثل متغير السن لعينة الدراسة

السن	التكرار	النسبة %
19 إلى 25 سنة	18	41.86
26 سنة إلى 35 سنة	20	46.51
أكبر من 35 سنة	5	11.62
المجموع	43	% 100

نلاحظ من خلال الجدول أن غالبية مفردات العينة أعمارهم ما بين 26 إلى 35 سنة بنسبة 46% تليها نسبة 41.86% ممن تتراوح أعمارهم ما بين 19 إلى 25 سنة وهي نسب متقاربة جدا، فيما جاءت مفردات العينة التي تفوق أعمارهن 35 سنة أخيرا وبنسبة 11.62%.

جدول رقم (02): يمثل متغير المستوى التعليمي لعينة الدراسة

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
ابتدائي	00	00
متوسط	3	6.97
ثانوي	6	13.95
جامعي	34	79.06
المجموع	43	% 100

يظهر لنا الجدول السابق نسب المستوى التعليمي لأفراد العينة حيث يتضح أن أغلبهن ذي مستوى جامعي بنسبة 79.06%، فيما تلتهن صاحبات المستوى التعليمي الثانوي بنسبة 13.95%، أما المستوى المتوسط فبلغت نسبته 6.97%، نلاحظ أن هناك فوارق كبيرة بين المستويات التعليمية لعينة الدراسة، وما نستخلصه أن معظم مفردات العينة ذات مستوى تعليمي عال.

جدول رقم (03): يمثل متغير مهنة عينة الدراسة

المهنة	التكرار	النسبة %
طالبة أو تلميذة	9	20.93
موظفة	23	53.48
أعمال حرفية حرة	2	4.65
ماكثة بالبيت	9	20.93
المجموع	43	% 100

يمثل هذا الجدول مهن عينة الدراسة، فأغلبهن موظفات بنسبة 53.48%، فيما جاءت الطالبات والماكثات في البيت بنفس النسبة أي 20.93%، فيما بلغت نسبة النساء الحرفيات 4.65%، فغالبية عينة الدراسة هن موظفات.

1- فلسفة الهوية ودلالاتها في علم الاجتماع:

1-1- مفهوم الهوية: إن مفهوم الهوية من وجهة نظر علم الاجتماع متعدد الجوانب ويمكن مقاربته من عدة جوانب وزوايا، فهي بشكل عام تتصل بفهم الناس للتصورات الذاتية والجماعية ولما يعتقدون أنه مهم في حياتهم، ويتشكل هذا الفهم انطلاقا من خصائص محددة تجتمع معا للدلالة على مفهوم الهوية ومكوناتها: النسب، النوع الجنسي، المنطلقات الإثنية والدينية، الطبقات الاجتماعية وغيرها من المفاهيم الاجتماعية المرتبطة بتكوين الفرد.

نشأ مفهوم الهوية بالأصل من الفلسفة ويوصف منذ عهد أرسطو بأنه ظاهرة بقاء الشيء على نفسه أو الموضوع كما هو، والهوية في معناها الميتافيزيقي أنها ثابتة ولا

توجد في واقع دائم التحول زمنيا ومكانيا، وبالتالي فإن الفرد يعتبر الهوية أنها مكونة من سيماته المميزة والدائمة التي تميزه عن الآخرين. (خثير، د ت)

كما تشير الهوية إلى طريقتنا في التفكير في أنفسنا وفي الآخرين بالاعتماد على المجموعة الاجتماعية التي ننتمي إليها، وتتكون الهوية غالبا من أجزاء شخصية الإنسان المنبثقة من انتمائه لمجموعة معينة، وتورد نظرية الهوية الاجتماعية لصاحبيها هنري تاجفيل وجون تيرنر أن الفرد يستخدم الهوية الاجتماعية لفهم ما يلي:

- تصنيف الناس إلى مجموعات بالاعتماد على اعتقاد مشترك، أو تجربة معينة، أو صفة محددة.
- الانتساب إلى مجموعات معينة يرى أنها مطابقة له.
- المقارنة بين المجموعات التي ينتمي إليها مع المجموعات الأخرى والاعتقاد بأفضلية المجموعات التي ينتمي إليها. (هانوم، 2009)

ويورد وهولبورن (2010) تصور ريجارد جنكز عن الهوية الاجتماعية: "هي تصور حول من نحن ومن الآخرون وكذلك تصور الآخرين حو أنفسهم وحول الآخرين". فالهوية هي شيء قابل للنقاش وتأتي إثر عمليات التفاعل الإنساني.

1-2- مكونات الهوية: إن تحديد هوية فرد أو جماعة أو مجتمع ما، يقتضي النظر في جملة من المكونات تصنف على النحو الآتي:

أ-عناصر مادية وفيزيائية وتشمل: الاسم، الانتماء الاجتماعي، السمات المورفولوجية، التوزعات الاجتماعية وغيرها.

ب- عناصر تاريخية وتتضمن: الأصول التاريخية (كالأسلاف، الولادة، القرابة)، الأحداث التاريخية (كالمراحل الهامة في التطور، التربية والتنشئة الاجتماعية)، الآثار التاريخية (العادات والعقائد، القوانين والمعايير التي وجدت في المرحلة الماضية).

ت- عناصر ثقافية ونفسية: النظام الثقافي (المنطلقات الثقافية، العقائد، الأديان، الرموز والإيديولوجيا)، والعناصر العقلية (كالنظرة إلى العالم، نقاط التقاطع الثقافية والعادات الاجتماعية) النظام المعرفي (كالسمات النفسية الخاصة، اتجاهات نظام القيم الفردية).

ث- عناصر نفسية اجتماعية وتشمل: الأدوار والواجبات الاجتماعية، أنماط السلوك، الانتماءات الاجتماعية الأسس الاجتماعية كالمركز، العمر، الجنس والمهنة. (ميكشللي، 1993)

2- الهوية الافتراضية:

2-1- مفهوم الهوية الافتراضية: تعرف الهوية الافتراضية بأنها مجموعة الصفات والرموز والبيانات التي يستخدمها الأفراد في تقديم أنفسهم للآخرين في المجتمعات الافتراضية ويتفاعلون معهم من خلالها. (هيئة التحرير، 2019)

كما تعرف على أنها: "الشخصية التي يتم إنشاؤها من طرف المستخدم الإنسان، الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري للمستخدمين". وحسب هذا التعبير فإن الهوية الافتراضية هي السمات والمواصفات التي يقدمها الفرد الطبيعي للآخرين عبر الانترنت. وقد حدد أنطوني غولدنز خصوصية الهوية الافتراضية بأنها: "مجموعة من الأفراد يتشاركون عبر شبكة الانترنت لفترة زمنية لتحقيق غاية أو هدف أو هواية، من خلال علاقة اجتماعية افتراضية تحددها منظومة تكنو- اجتماعية، فهي هوية مشتتة داخل فضاء رقمي لا يعترف إلا بالتعدد والاختلاف والتشتت، فمفهوم الهوية الافتراضية يعادي فكرة الوحدة والثبات. (الفرفار، 2020)

2-2- أنواع الهوية الافتراضية: تظهر الهوية الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ثلاثة أشكال رئيسية هي:

أ-**الهوية الافتراضية الحقيقية**: تبرز معالمها من خلال المعلومات التصريحية التي يجري إدخالها من قبل صاحب الحساب مثل: الاسم واللقب،

تاريخ ومكان الميلاد، الصورة... إلخ، أي أن هذا النوع يعبر وبشكل صريح عن الهوية الطبيعية للمستخدم.

ب- **الهوية الافتراضية المستعارة**: ويطلق عليها الهوية الافتراضية غير الحقيقية، وغالبا ما يتم فيها إدخال بيانات ومعلومات غير حقيقية عن هوية المستخدم بحيث يعطي لنفسه أسماء مستعارة وصفات لا تعكس الشخصية والهوية الحقيقية.

ت- **الهوية النشطة**: تبرز من خلال مستوى النشاط الذي يصدر عن المستخدم عبر حسابه وفي الصفحات والمجموعات الافتراضية الأخرى، وهذا النشاط يحدده مدى التفاعل مع محتويات مواقع التواصل الاجتماعي، كما يمكن من خلاله أخذ انطباع حول شخصية المستخدم واهتماماته. (كسيرة، 2018)

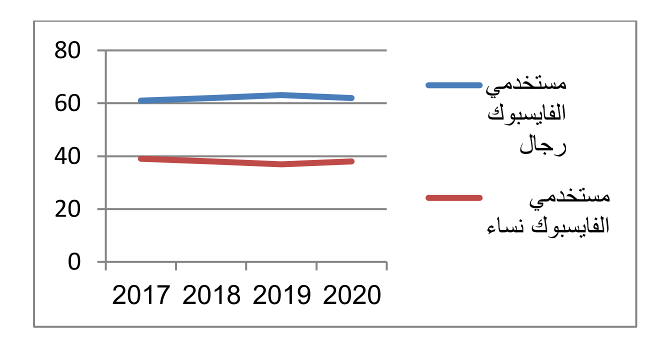
3- و اقع استخدام المرأة الجز ائرية للفايسبوك

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما الفايسبوك قدم فرصا كثيرة للنساء العربيات لبصم لمستهن وإظهار تجاربهن في جميع مجالات حياتهن الخاصة، وقد قدمت العديد من الدراسات في الوطن العربي إحصائيات تفيد بنمو نسب إقبال المرأة العربية على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فهذه الأبحاث تشير إلى أن النساء المدونات مشاركات فعالات في صناعة المحتوى الرقمي من خلال توليد الأفكار والمعرفة ويتحدين المشكلات الاجتماعية عن طريق الخوض في القضايا التي تشكل عائقا نفسيا أو اجتماعيا في حياتهن.

أما فيما يخص استخدامات المرأة العربية لمواقع التواصل الاجتماعي فقد بينت الدراسات أنها تستخدمها لتمكينها من التعليم والتكوين والمساهمة في دفع عجلة التقدم والتنمية في مجتمعاتها، كما أن انتشار وسائط الاتصال الجديدة وسهولة الوصول إليها مكن المرأة العربية من إبراز قدرتهن على المناقشة والتحليل وتقديم القضايا المختلفة والتفاعل معها وإنتاج المعرفة وتبادلها. (حداد، د ت)

وقد عرفت السنوات الأربعة الأخيرة استقرارا في نسب النساء الجزائريات المستخدمات للفايسبوك، ففي سنة 2017 كان عدد مستخدمي الفايسبوك في الجزائر 21 مليون مستخدم منهم 61% رجال و39% نساء. أما في سنة 2018 فقد ارتفع عدد مستخدمي الفايسبوك إلى 22 مليون جزائري أي بنسبة 71% من إجمالي عدد السكان، منهم 62% رجال و38% نساء. وخلال سنة 2019 انخفض عدد مستخدمي الفايسبوك إلى 20 مليون مستخدم وبنسبة 64% من عدد السكان، منهم 63.1% رجال و39.9% نساء وقد شهد سنة 2020 وإلى غاية جانفي 2021 ارتفاعا ملموسا في عدد مستخدمي الفايسبوك إذ بلغ 23 مليون مستخدم وبنسبة 71.8% من إجمالي عدد السكان، منهم 62 %رجال و38% نساء. (التقرير السنوي لموقع Datareportal 2021، 2020، 2019، 2018).

الشكل رقم (01): منحنى بياني يمثل نسب استخدام الجزائريين للفايسبوك رجال ونساء (2017- 2020)



المصدر: صممه الباحث بناء على الأرقام الواردة في التقرير المذكور أعلاه.

نلاحظ أن نسب استخدام الرجال للفايسبوك في الجزائر مستقرة خلال السنوات الأربعة الأخيرة حيث تراوحت ما بين 61% و63%، والملاحظة نفسها بالنسبة للنساء إذ تراوحت ما بين 36.9% إلى 39% وهي نسب متقاربة جدا. كما يظهر جليا الفارق الكبير بين نسب استخدام الرجال للفايسبوك ونسب استخدام النساء لذات الشبكة.

4- تحليل البيانات المتعلقة بالجانب الميداني للدراسة

4-1- تحليل بيانات المحور الأول: أسباب ودوافع استخدام المرأة الجزائرية لهوية حقيقية أو مستعارة في الفايسبوك.

جدول رقم (04): يمثل عدد الحسابات الشخصية التي تملكها عينة الدراسة في الفايسبوك

العبارة	التكرار	النسبة %
حساب واحد فقط	32	74.41
حسابين	7	16.27
أكثر من حسابين	4	9.30
المجموع	43	% 100

يظهر هذا الجدول عدد الحسابات التي تملكها عينة الدراسة، فقد عبر 74.41% من النساء عن امتلاكهن حسابا واحدا فقط، أما اللاتي تمتلكن حسابين فهن 16.27%، تليها في الأخير نسبة 9.30% وهي تمثل النساء اللواتي يمتلكن أكثر من حسابين.

جدول رقم (05): يمثل طبيعة الهوية الافتراضية لعينة الدراسة

العبارة	التكرار	النسبة %
هوية حقيقية	29	67.44
هوية مستعارة	14	32.55
المجموع	43	% 100

من خلال هذا الجدول الخاص بطبيعة الهوية الافتراضية في الفايسبوك لعينة الدراسة فأغلب المبحوثين يظهرن في الفايسبوك بهوية حقيقية وبنسبة 67.44%، في حين 32.55% يستعملن هوية مستعارة، وهذا الأمر يبدو أنه مرتبط بعدة أسباب ودوافع ستظهر لاحقا ضمن بيانات هذه الدراسة.

4-1-1- الشق الأول: أسباب ودو افع استخدام عينة الدراسة هوية افتراضية حقيقة.

جدول رقم (06): طبيعة قرار إظهار الهوية الحقيقية في الفايسبوك

العبارة	التكرار	النسبة %
أمر ضروري امتثالا لقو انين إدارة الفايسبوك	02	6.89
قرار شخصي	27	93.10
المجموع	29	% 100

يوضح لنا هذا الجدول نسب طبيعة إظهار الهوية الحقيقية في الفايسبوك لعينة الدراسة اللائي يستخدمن هوية افتراضية حقيقية، فكما هو واضح فإن الغالبية الساحقة للنساء المبحوثات اتخذن قرارا شخصيا باستخدام هوية حقيقية أي بنسبة 93.10%، غير أن باقي مفردات العينة بنسبة 6.89% يستخدمن الهوية الافتراضية الحقيقية امتثالا لقوانين إدارة الفايسبوك.

جدول رقم (07): علاقة حرية التعبير بإظهار الهوية الحقيقية في الفايسبوك

العبارة	التكرار	النسبة %
عامل مهم برجة كبيرة	16	55.17
عامل يساعد قليلا	9	31.03
عامل لا يساعد أبدا	4	13.73
المجموع	29	% 100

في هذا الجدول نلاحظ أن غالبية مفردات العينة يرون أن حرية التعبير عامل مهم بدرجة كبيرة يدفعهم لإظهار هويتهم الافتراضية الحقيقية وهذا بنسبة 55.17%، غير أن أخريات رأوا أنها عامل يساعد قليلا في ذلك أي بنسبة 31.03%، في حين ترى 13.73% منهن أن حرية التعبير لا تساعد أبدا في اتخاذ قرار استخدام هوية افتراضية حقيقة.

جدول رقم (08): علاقة القوانين السائدة بحرية التدوين بالنسبة لعينة الدراسة

العبارة	التكرار	النسبة %
حرية مطلقة	12	41.37
حرية مقيدة نوعا ما	17	58.62
المجموع	29	% 100

تبرز بيانات هذا الجدول الخاص بمدى مساهمة القوانين المعمول بها في البلاد في حرية التدوين النسوي إذ نلاحظ أن رأي مفردات العينة متقاربة نوعا ما، حيث ترى

58.62% منهن أنهن يدون عبر الفايسبوك بحرية مقيدة نوعا ما، في حين ترى 41.37% أنهن ينشرن ويتفاعلن وينتقدن بكل حرية.

جدول رقم (09): دوافع عينة الدراسة للتدوين بهوية حقيقية في الفايسبوك

العبارة	التكرار	النسبة %
عدم الخوف من ضغوطات المحيط الاجتماعي	12	41.37
الشعور بالأمان الأسري	5	17.24
العيش في وسط سياسي منفتح	2	6.89
الثقة في النفس والسعي إلى إثبات الوجود الشخصي والتعبيرعن الرأي	9	31.03
المجموع	29	% 100

يبين هذا الجدول دوافع عينة الدراسة للتدوين بهوية حقيقية في الفايسبوك، وتظهر البيانات أن 41.37% من النساء يعتبرن أن عدم الخوف من ضغوطات المحيط الاجتماعي الذي يعشن فيه من أهم الأسباب التي تدفعهن لاستخدام هوية افتراضية حقيقية، أما أخريات يعتبرن أن الثقة في النفس والسعي لإثبات الوجود الشخصي الطبيعي هو محفز جد هام في استخدام الهوية الحقيقية وهذا بنسبة 31.03%، أما الشعور بالأمان الأسري فهو سبب وجيه لدى أخريات للتدوين بهوية افتراضية حقيقية بنسبة 17.24%، فيما ترى قلة قليلة أن العيش في وسط سياسي منفتح يعد دافعا للتدوين بهوية حقيقية بنسبة 6.89%.

4-1-2- الشق الثاني: أسباب ودو افع استخدام عينة الدراسة هوية افتراضية مستعارة.

جدول رقم (10): درجة استخدام عينة الدراسة للهوية المستعارة

العبارة	التكرار	النسبة %
هوية مستعارة بالكامل	10	71.42
الاسم حقيقي واللقب مستعار	4	28.57
الاسم مستعارواللقب حقيقي	00	00
المجموع	14	% 100

يظهر هذا الجدول درجة استخدام عينة الدراسة للهوية الافتراضية المستعارة، فمعظمهن يستخدمن هوية مستعارة بالكامل وهذا بنسبة 71.42%، أما الباقي فهن يظهرن على الأقل باسم حقيقي ولقب مستعار بنسبة 28.57%.

جدول رقم (11): طبيعة المعلومات غير الحقيقية لعينة الدراسة في حسابها الخاص على الفايسبوك

العبارة	التكرار	النسبة %
معلومات خاصة بتاريخ ومكان الميلاد	8	57.14
معلومات خاصة بالمهنة	00	00
معلومات خاصة بالمستوى الدراسي ومؤسسات التعليم	00	00
معلومات خاصة بالعنوان الشخصي	6	42.85
المجموع	14	% 100

تشير بيانات هذا الجدول إلى أن 57.14% من النساء يخفين معلومات تتعلق بتاريخ ومكان ميلادهن في حسابهن على الفايسبوك، وهذا ربما لأن السن هو من أعظم الأسرار التي لا يمكن البوح بها من قبل النساء. فيما عبرت 42.85% أنهن لا يدرجن معلومات خاصة بعنوانهن الشخصي في حسابهن عبر الفايسبوك

جدول رقم (12): تمثل علاقة الهوية المستعارة بدرجة حرية التدوين لعينة الدراسة في الفايسبوك

العبارة	التكرار	النسبة %
بحرية مطلقة	7	50
بحرية مقيدة نوعا ما	7	50
المجموع	14	% 100

يعالج هذا الجدول علاقة الهوية المستعارة بدرجة حرية التدوين بالنسبة لعينة الدراسة، وهنا نلاحظ أن نصفهن 50% يرين أن استخدام هوية افتراضية مستعارة يمكنهن من التدوين بحرية مطلقة، أما النصف الآخر 50% فيعتبرن أنه وعلى الرغم من استخدامهن هوية مستعارة إلا أنهن يدون بحرية مقيدة نوعا ما.

جدول رقم (13): يمثل الأسباب التي تجعل عينة الدراسة تستخدم الفايسبوك بهوية مستعارة

العبارة	التكرار	النسبة %
الخوف من السلطة الأسرية	6	42.85
التعاليم الدينية	2	14.28
الخوف من قمع النظام السياسي السائد	00	00
الخوف من التعرض لمتابعات قضائية	00	00
الخوف من التعرض لمضايقات وتحرشات الآخرين	6	42.85
المجموع	14	% 100

يمثل هذا الجدول الأسباب التي تجعل عينة الدراسة تستخدم الفايسبوك بهوية مستعارة، فمعظمهن يرين أن الخوف من السلطة الأسرية والخوف من التعرض لمضايقات وتحرشات من طرف الآخرين هي من الأسباب الرئيسية التي تدفعهن للتدوين بهوية افتراضية مستعارة أي بنسبة 42.85%، في حين ترى الأخريات أن التعاليم الدينية هي سبب في عدم الظهور بهوية حقيقية بنسبة 14.28%.

المحور الثاني: تحليل بيانات تطلعات المرأة الجز ائرية بخصوص حماية هويتها الافتراضية في الفايسبوك.

جدول رقم (14): يمثل مدى مساهمة بعض الجهات في المجتمع في تشجيع المرأة المدونة

العبارة	التكرار	النسبة %
نعم	21	48.83
لا	22	51.16
المجموع	43	% 100

في هذا الجدول نلاحظ أن 51.16% من النساء لا يعتبرن أن بعض الجهات في المجتمع تساهم في تشجيع المرأة على التدوين، غير أن الأخريات بنسبة 48.83% لهن رأي مخالف إذ يعتبرن أنه حقيقة توجد بعض الجهات في المجتمع تعمل على مساعدة المرأة في التدوين عبر مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفايسبوك خصوصا.

جدول رقم (15): يمثل رأي عينة الدراسة في الجهة الأكثر ملائمة لحماية هويتها الافتراضية

العبارة	التكرار	النسبة %
أفراد الأسرة	10	23.25
الأصدقاء والمتابعين	16	37.20
محيط العمل	2	4.65
مؤسسات الدولة	6	13.95
المجموع	43	% 100

يوضح الجدول السابق بيانات متعلقة بآراء عينة الدراسة حول الجهة الأكثر ملاءمة لحماية الهوية الافتراضية للمرأة المدونة في الجزائر، ويبدو أن 37.20% منهن يرين أن الأصدقاء والمتابعين هم الأجدر بحماية الهوية الافتراضية للمرأة المدونة، أما 23.25% فيعتبرن أن أفراد الأسرة هم من يجدر بهم حماية هويتهن الافتراضية، و13.95% يرين أن لابد لمؤسسات الدولة باختلاف مجالاتها أن تقوم بدور الحامي للهوية الافتراضية للمرأة المدونة في الجزائر، أما الباقي فيعتبرن أن محيط العمل قد يكون الأمثل لحمايتها بنسبة 4.65%.

جدول رقم (16): يمثل رأي عينة الدراسة في آليات حماية الهوية الافتراضية للمرأة الجزائرية المدونة

العبارة	التكرار	النسبة %
توسيع هامش حرية التعبير في المجتمع	3	6.97
تحسيس أفراد ومؤسسات المجتمع بضرورة قبول رأي المرأة في الفايسبوك	10	23.25
سن قوانين أكثر ردعية تحمي الهوية الافتراضية للمرأة	16	37.20
العمل أكثر على تكريس مبدأ احترام آراء الآخرين	14	32.55
المجموع	43	% 100

يقدم لنا هذا الجدول بيانات حول آراء عينة الدراسة حول آليات حماية الهوية الافتراضية للمرأة الجزائرية المدونة، وتذهب الكثير من النساء بنسبة 37.20% إلى اعتبار

سن الدولة لقوانين أكثر ردعية هو الإجراء الأمثل لحماية المرأة المدونة في الجزائر، في حين ترى أخريات بنسبة 32.55% أن العمل أكثر على تكريس مبدأ احترام آراء الآخرين يعد مكسبا هاما لحماية هويتها الافتراضية، وتعتبر آلية تحسيس أفراد ومؤسسات المجتمع بضرورة قبول رأي المرأة في الفايسبوك حسب 23.25% منهن خطوة مهمة لحماية الهوية الافتراضية، فيما فضلت أخريات بنسبة 6.97% آلية توسيع هامش حرية التعبير في المجتمع تحمي وتصون هويتها الافتراضية.

نتائج الدراسة:

1- **الفرضية الأولى**: أظهرت الدراسة أن معظم النساء الجزائريات المدونات قررن استخدام هوية افتراضية حقيقية وهذا يرجع إلى شعورهن بثقة في أنفسهن وأن هدفهن هو إثبات وجودهن الشخصي عبر الفايسبوك من خلال التعبير عن آرائهن وأفكارهن التي تعكس هويتهن الطبيعية في الواقع الحقيقي، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

2- **الفرضية الثانية**: يعتبر الخوف من التعرض إلى مضايقات وتحرشات من طرف الآخرين وكذا الخوف من السلطة الأسرية أسبابا رئيسية تجعل المرأة الجزائرية المدونة تستخدم هوية افتراضية مستعارة على الفايسبوك، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية.

كما أظهرت الدراسة عدة نتائج أخرى نذكرها على النحو الآتي:

- أغلب النساء الجزائرية المدونات يمتلكن حسابا واحدا يقمن من خلاله بإنتاج المحتوى الرقمي التفاعلي، ويشاركن بآرائهن وتعليقاتهن وكذا انتقاد محتويات أخرى عبر صفحات الفايسبوك.

- تعتبر عينة الدراسة أن حرية التعبير عامل مهم بدرجة كبيرة في استخدام منصة التواصل الاجتماعي فايسبوك بهوية حقيقية.

- أظهرت البيانات أن المرأة الجزائرية المدونة بهوية غير حقيقية تستخدم هوية افتراضية مستعارة بشكل كامل، وأنها تدرج معلومات غير صحيحة في حسابها الشخصي، وأهمها: تاريخ ومكان الميلاد وعناوينها الشخصية، وهذا ربما بسبب شعورها بنوع من الخوف وتهديد لحياتها الاجتماعية خاصة علاقاتها الأسرية.

- تظهر بيانات الدراسة أن هناك نوعين من الحرية في استخدام منصة التواصل الاجتماعي فايسبوك، فرغم أن المرأة الجزائرية المدونة تستخدم هوية مستعارة إلا أنها تشعر أحيانا بحرية مطلقة في التفاعل والتدوين، فيما أحيانا أخرى ينحصر مجال حريتها ويضيق بسبب عوامل اجتماعية وسياسية وحتى قانونية.

- تتطلع المرأة الجزائرية المدونة إلى العمل أكثر لإيجاد حلول وآليات لحماية وصون هويتها الافتراضية أهمها: سن قوانين أكثر ردعية تحمي هويتها وكذا العمل أكثر على تكريس مبدأ احترام الرأي الآخر، ووضع برامج تحسس أفراد ومؤسسات المجتمع بضرورة قبول واحترام المحتوى الرقمي الذي تنتجه المرأة على موقع فايسبوك.

- ترى المرأة الجزائرية المدونة أنه على مؤسسات التنشئة الاجتماعية أن تضطلع بمهام أكبر لحماية هويتها الافتراضية لاسيما أفراد الأسرة، جماعة الرفاق والمتابعين وكذا باقي مؤسسات الدولة.

الخاتمة:

يبدو أن من خلال النتائج المذكورة آنفا أن المرأة الجزائرية المدونة عبر مواقع التواصل الاجتماعي منقسمات إلى نوعين: مجموعة تظهر بهويات حقيقية فيما تفضل المجموعة الأخرى استخدام هويات مستعارة، وهذا التباين يرجع إلى عدة اختلافات أهمها الأسباب الاجتماعية لاسيما المحيط الاجتماعي والأسري الذي نشأت فيه. ورغم

الإقرار بوجود مجال لا بأس به من الحرية في إبداء الرأي عبر الفايسبوك إلا أن معظمهن لا يشعرن بحرية مطلقة تمكنهم من تدوين آرائهن وأفكارهن، فالخوف من التعرض لمضايقات وتحرشات من قبل الآخرين وكذا السلطة الأسرية هي أسباب تحدد مدى إظهار المرأة الجزائرية المدونة لهويتها عبر الفايسبوك.

المراجع:

01-إبراهيم، إسماعيل. (2017). *مناهج البحوث الإعلامية* (ط1). دار الفجر للنشر والتوزيع.

02-البياتي، ياس، خضير. (2014). *الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة* (ط1). دار البداية ناشرون وموزعون.

03-الفرفار، العياشي. (2020). الهوية الرقمية: طبيعتها، خصائصها وعلاقتها بالمجتمع الواقعي. *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز الديمقراطي العربي، (11)، 315.

04-المحمودي، محمد، سرحان، علي. (2019). *مناهج البحث العلمي*. دار الكتب.

05-تومي، فضيلة، ويسعد، زهية. (2017). الحضور الرقمي للمرأة الجزائرية عبر الفضاءات الافتراضية. *مجلة الباحث الإعلامي*، جامعة بغداد، (37)، 199.

06-حداد، نريمان. (د. ت). *الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي* [أطروحة دكتوراه غير منشورة]. جامعة بسكرة.

07-خثير، فاطنة. (د. ت). *الهوية الرقمية وأثرها على العلاقات الاجتماعية* [مذكرة ماستر غير منشورة]. جامعة سعيدة.

08-صبطي، عبيدة. (2018). *الإعلام الجديد والمجتمع*. المركز العربي للنشر والتوزيع.

09-كسيرة، أسمهان. (2018). *الشباب الجزائري والهوية الافتراضية: دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك* [أطروحة دكتوراه غير منشورة]. جامعة مستغانم.

10-ميكشللي، أليكس. (1993). *الهوية* (ط1) (علي وطفة، مترجم). دار الوسيم للخدمات الطباعية.

11-نومار، مريم، نريمان. (2013). المرأة الجزائرية والهوية الافتراضية عبر موقع الفايسبوك. *مجلة الآداب والعلوم الإنسانية*، جامعة باتنة، (10)، 199.

12-هانوم، كيلي. (2009). *الهوية الاجتماعية: معرفة الذات وقيادة الآخرين* (ط1) (خالد بن عبد الرحمن العوض، مترجم). العبيكان للنشر.

13-هيئة إدارة التحرير. (2019، ديسمبر 22). *المجتمع الافتراضي والهوية الافتراضية*. http://www.arab-cio-org

14-وهولبورن، هارلمبس. (2010). *سوسيولوجيا الثقافة والهوية* (ط1) (حاتم حميد محسن، مترجم). دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع.

15-Datareportal. (2021, february 11). *Digital 2021 Algeria*. http://www.datareportal.com

سيميائيات الأهواء من خلال التغريدة النسوية

دراسة سيميائية في الخصائص العاطفية لعينة من التغريدات النسوية عبر تويتر

د. حسين نايلي – جامعة أم البواقي

houcinenaili89@gmail.com

الملخص

لقد كانت منصات التواصل الاجتماعي فضاءا رحبا للتدوين والتدوين والنسوي، بسبب تجاوزها فكرة حارس البوابة، وقفزها عن إكراهات الأخلاقيات والقيود السوسيوثقافية، فوجد المدونون الفضاء الأسهل والأسرع لإبراز أفكارهم وتفجير أقوالهم خاصة الفئة النسوية التي اتجهت للتأليف والتعبير بكل حرية وتلقائية عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي على غرار "التويتر" الذي حافظ على نخبويته وجدِّيته وسط هاذ التكاثر والتشعب الذي تعيشه هذه الشبكات ومستخدميها. في حين يرى المدونون أن شبكة تويتر أداة تدوين مصغرة تساعدهم على إثراء مدوناتهم بالأخبار والأحداث الموجزة والآنية، حيث تترجم هذه التدوينات الصغيرة أو التغريدات جملة الأحاسيس والمشاعر التي تختلج الأنفس خاصة النسوية منها، تلك المشاعر التي وجدت لها الفضاء الرحب والخصب لترجمتها عبر كلمات وإيموجي موظف للتعبير عن قضية معينة في سياق معين، هذه المشاعر والعواطف والأحاسيس هي ما يعرف سيميائيا بالأهواء. فالتغريدة هي خطاب ألسني متشبع بالعواطف خلف تلك الملفوظات التي أرادت القائمات بالاتصال من خلالها التعبير عن شأن سياسي أو فني أو اجتماعي...، من هذا المنطلق أردنا دراسة التغريدة كنسق دلالي أهوائي. إن الحديث عن الهوى هاهنا هو محاولة لتقليص تلك الفجوة الفاصلة بين المعرفة والحس، فليس الانفعال المرافق

للأفعال مجرد رديف عرضي لا يدرك إلا من خلال الفعل ذاته. إننا نسعى للتعامل مع التغريدة على أنها نسق ملئ بالدلالات العاطفية والذكريات والتلميحات للتعرف أساسا على الخصائص العاطفية للتغريدات النسوية على اعتبارها مدونات ورسائل اتصالية ذات تأثير.

الكلمات المفتاحية: سيميائيات الأهواء – التغريدة – الدلالة – العواطف – التدوين النسوي

Summary:

Social media platforms have been a great space for blogging, and feminist blogging, because they passed over the idea of the gatekeeper, and jumped from the compulsions of ethics and sociocultural restrictions. Bloggers found the easiest and fastest space to highlight their ideas and explode their words, especially the feminist groups, who tended to write and express freely through various social media platforms such as "Twitter", which maintained its elitism and seriousness amid the proliferation and bifurcation of these networks and their users. Bloggers see Twitter network as a microblogging tool that helps them enrich their blogs with news ,brief and real-time events, since these small posts or tweets translate their emotions and feelings, especially the feminist ones. Those feelings have found the fertile and large space, to be translated through words and emoji, employed to express a specific issue in a specific context. These feelings, emotions, and sensations are what is known as semiotics of emotions. The tweet is a linguistic discourse saturated with emotions, behind those statements that the gatekeepers wanted to express about a political, artistic, or social matter. From this point of view, we wanted to study the tweet as a semantic emotional system. Talking about emotion here is an attempt to reduce that gap between knowledge and feeling, emotion which accompanyed actions is not merely an accidental collateral that is only perceived through the act itself. We seek to deal with the tweet

as a system full of emotional connotations, memories and hints to identify mainly the emotional characteristics of feminist tweets, as they are blogs and communicative messages that have an impact.

Key words: *Semiotics of emotions - Tweeting - Significance - Emotions - Feminist Blogging.*

مقدمة:

لقد كانت منصات التواصل الاجتماعي فضاءا رحبا للتدوين والتدوين والنسوي، بسبب تجاوزها فكرة حارس البوابة، وقفزها عن إكراهات الأخلاقيات والقيود السوسيوثقافية، فوجد المدونون الفضاء الأسهل والأسرع لإبراز أفكارهم وتفجير أقوالهم خاصة الفئة النسوية التي اتجهت للتأليف والتعبير بكل حرية وتلقائية عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي على غرار "التويتر" الذي حافظ على نخبويته وجدِّيته وسط هاذ التكاثر والتشعب الذي تعيشه هذه الشبكات ومستخدميها. فالتدوين الفوري من الخصائص المميزة لشبكة تويتر، فمن أي مكان يستطيع المستخدم أن يراقب الحدث ويبدي رأيه فورا ويرسل التعليق إلى الملايين في العالم أجمع، ولا ننسى تأثير هذه الخاصية في نقل التصريحات والأخبار العاجلة والفورية، وهو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة والرسمية اليوم في العالم. ففي شبكة تويتر يستطيع المرء أن يقوم الشخص أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص أو عناوين ومواضيع مختلفة، باعتباره تجمعا لمجموعة من الأصدقاء من كافة أنحاء العالم، يمكنهم تبادل الأخبار القصيرة فيما بينهم، ولا يهمهم أن كان هؤلاء الأصدقاء قريبون أو بعيدون، فالكثير من المستخدمين يبحثون عن أصدقاء بهدف التعارف والصداقة من خلال تبادل الرسائل النصية القصيرة، في حين المدونون يرون في شبكة تويتر أداة تدوين مصغرة تساعدهم على إثراء مدوناتهم بالأخبار والأحداث الموجزة والآنية، حيث تترجم هذه التدوينات الصغيرة أو التغريدات جملة الأحاسيس والمشاعر التي تختلج الأنفس خاصة النسوية منها، تلك المشاعر التي وجدت لها الفضاء الرحب والخصب لترجمتها عبر كلمات و إيموجي موظف

للتعبير عن قضية معينة في سياق معين. هذه المشاعر والعواطف والأحاسيس هي ما يعرف سيميائيا بالأهواء. فالتغريدة هي خطاب ألسني متشبع بالعواطف خلف تلك الملفوظات التي أرادت القائمات بالاتصال من خلالها التعبير عن شأن سياسي أو فني أو اجتماعي...، من هذا المنطلق أردنا دراسة التغريدة كنسق دلالي أهوائي.

فما هو أساسي في دراسة الهوى ليس التعرف على العلامات الدالة على الأهواء، بل الاهتمام بآثارها المعنوية كما تتحقق في الخطاب، ليس الهدف تصنيف الأهواء بين الإدانة والتثمين. فهوى السيميائيات هوى تركيبي دلالي لا يلتفت إلا للممكنات الكامنة التي يمكن أن تتجسد من خلال وجوده الأدنى كما يتحقق في القواميس. تبحث السيميائيات في ذاكرة الهوى، في تحققاته وفي قدرته على توليد نسخ فرعية هي المدخل الأساس من أجل تحديد حالات الاعتدال والتطرف في الجانبين، كما تبحث في قدرته على إسقاط سلسلة من التصورات هي الفرجة الهوية التي يستند إليها الهوى لكي يكشف عن كل تفاصيله من حيث الكيفيات والتوجه.

إن الحديث عن الهوى هاهنا هو محاولة لتقليص تلك الفجوة الفاصلة بين المعرفة والحس، فليس الانفعال المرافق للأفعال مجرد رديف عرضي لا يدرك إلا من خلال الفعل ذاته. إننا نسعى للتعامل مع التغريدة على أنها نسق ملئ بالدلالات العاطفية والذكريات والتلميحات للتعرف أساسا على الخصائص العاطفية للتغريدات النسوية على اعتبارها مدونات ورسائل اتصالية ذات تأثير. وسندرس هذه العلاقة بين التغريدة النسوية كأحد تجليات التدوين النسوي والعواطف المتضمنة فيها عبر المحاور التالية:

أولا: اشتغال سيميائيات الأهواء

ثانيا: سيكولوجية الخطاب الألسني (التغريدة)

ثالثا: الأبعاد التواصلية للتغريدة عبر تويتر

رابعا: مقاربة سيميائية للأهواء المتضمنة عبر التغريدات النسوية

استنتاجات

أولا: اشتغال سيميائيات الأهواء:

ظاهرة الهوى كما يمكن أن تتجسد في صفات يتداولها الناس ويصنفون بعضهم بعضا استنادا إلى ممكناتها في الدلالة والتوقع الانفعالي، فالبخل والغيرة والحقد والحسد والغضب وغيرها من الصفات هي كيانات تعيش بيننا ضمن ما تحدده العتبات التي يقيمها المجتمع ويقيس من خلالها الفائض الكيفي في الانفعال الموجود على جنبات اعتدال، هو ذاته ليس سوى صيغة مفترضة لا يتحدد مضمونها إلا ضمن التقطيعات الثقافية المخصوصة التي يتحقق داخلها هذا الهوى أو ذاك.[1]

وهذا البعد ليس بالأمر الهين في حياة الناس، فالهوى ليس عارضا أو مضافا أو طارئا يمكن الاستغناء عنه أو التخلص منه، كما يمكن أن نحتفي بعقل لا يأتيه الباطل من كل الجهات. إنه جزء من كينونة الإنسان وجزء من أحكامه وميولاته وتصنيفاته.[2] ومع ذلك هناك فاصل بين الهوى باعتباره تجاوزا لحدود العتبات الثقافية، وبين المشاعر التي تشير إلى حالات اعتدال تفترضها الثقافة وتحتكم إليها من أجل قياس حجمها وتصنيفها حسب الكثافة والامتداد والإيقاع.[3]

كان الحديث عن المشاعر وحالات النفس والأهواء في ميدان علوم اللغة في الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي مرادفا لجرم علمي كبير، لذلك شكل تطور سيميائيات الأهواء وحالات النفس والعلاقات المحسوسة مع العالم ومع الغير حدثا منهجيا حقيقيا، وكان من الضروري ظهور شروط جديدة تمكن السيميائيات من معالجة حالات النفس هذه استنادا إلى أسس جديدة وكانت نظرية الكيفيات هي مفتاح ذلك في السيميائيات السردية، مما جعل "فرانسوا راستييه" يقول: "في اعتقادي يجب

على السيميائية أن تتوقف على البقاء مجرد فلسفة للدلالة ويجب أن تكون علم العلوم وأن تعتبر كل علم من العلوم الإنسانية سيميائية خاصة".[4]

وبعد أن تأسست النظرية السردية اتجه البحث إلى توسيع تصوراتها فانبثقت منها رؤية سيميائية ما بعد حداثية حاول فيها بعض الباحثين توجيه انتقادات مكثفة لعملية عزل الجوانب الشعورية والوجدانية عن النص وبالتالي التقليل من عناصر التحليل في مكون الشخصية الخطابية، الأمر الذي أفضى بـ "غريماس" إلى تأليف كتاب "سيميائيات الأهواء من حالات الأشياء إلى حالات النفس"، فمن خلاله استعادت الأبعاد النفسية للذات الخطابية حظوتها البحثية وصار بالإمكان الالتفات إلى الذات فهما وتحليلا، فتشكلت في هذا السياق دراسات سيميائية تعنى بالأهواء أو كما يصطلح عليها في بعض التناولات البحثية بالعاطفة والوجدان النصي، والجوانب الشعورية للنص، وحالات الذات، وغيرها من الاصطلاحات التي تصب كلها في ميلاد فرع لسيميائيات جديدة تولي عناية فائقة للدلالة والمعنى انطلاقا من تخصيص مباحث موسعة لحالات الذات وعملها وأدائها في كل منجز خطابي يتخذ من السرد وسمه الأساسي.[5]

لذلك لا يمكن فهم مقاربة الهوى إلا من خلال ما يقدمه النموذج النظري الذي قامت عليه السيميائيات كما تصورها وصاغ حدودها "غريماس" وأتباعه. هو نموذج مبني في شكل سيرورة لا تقف عند الوجه المرئي للظاهرة إلا من أجل استحضار ما يمكن أن يكون أصلا لكل الظواهر الممكنة. فالسيميائيات تحتفي بالسيرورات التي تقود إلى المعنى وتكشف من خلال ما يخفى وليس فقط عبر ما يكشف ويوضح. فكل شيء منظم بشكل سابق على وجهه المرئي في مستوى سابق لا تعمل النسخ المتحققة إلا من أجل تسريب نسخة منه هي الوجه المشخص الذي تستوعبه العين وتنتشي به أو تزدريه. يسري هذا على كل ظواهر المعنى، ما كان منها من مشمولات الفعل بكل تنويعاته، وما كان منها من حالات.[6]

إن الشدة الشعورية ظاهرة تواصلية مميزة لا تنفصل عن كل مسار خطابي فهي تتعلق بالتعديلات الزمانية والمكانية للمكون الإدراكي الذي لا يستنبط من جوهر الملاحظة المباشرة لملفوظات الصيغة وملفوظات الحالة في المستوى الخطابي فقط، وإنما يتدخل فيه السياق الثقافي والاجتماعي أو على حد تعبير "غريماس" مرجعية الذات ومصنفاتها العاطفية والفردية والاجتماعية، حيث أن الفضاء العاطفي للكاتب أو منتج الخطاب يلعب دورا في تكون الخطاب الذي يجد فيه ضالته للتعبير عن عواطفه بلغة تصويرية إيحائية، ويجب على القارئ أن يتتبع تلك الصورة المجازية ويستقرئ مختلف الدلالات الضمنية الكامنة فيه ليحول الإحساس من مستوى الغموض إلى مستوى التجلي أو المدرك بالعقل.[7]

تتخذ سيمياء الأهواء والعواطف من النص الأدبي منطلقا لها بالبحث في ما يمكن في هذا النص من خطابات مضمرة متعلقة بالأحاسيس والمشاعر، والأهواء، والعواطف، وهو ما يجعل العلامات النصية ممتلئة بالقيم الوجدانية التي تدفع الذوات إلى القيام بالفعل أو تأكيد الاتصال، أو القيام بالانفصال وتحقيق التحول، وفي ذلك يظهر تأثير الجوانب العاطفية، والقيم الشعورية، وكل ما يتعلق بالعواطف والأهواء في الذوات المشكلة للحدث، وانتاجها للخطابات الكامنة في ملفوظات وعبر رموزه ومؤشراته وأيقوناته، وعليه فإن ما يهم سيمياء العواطف والأهواء هو الكشف عن تفاعل القيم العاطفية للذات أو الذات وكيفية إنتاجها للخطابات الظاهرة أو المضمرة.[8]

إذن فتحليل الأهواء ينطلق من مقاربة أرساها الإرث السيميائي السردي بالاعتماد على مقولات المنهجية السردية، لاقتناص مظاهر وبواعث الأهواء أما المقاربة الثانية فتنطلق من الثنائية الضدية عاطفة/عقل في ضبط مقولاتها وتحديد أسسها ومنطلقاتها وهو المدخل الذي اعتمده "جان كلود كوكي" في كتابه "السعي وراء المعنى.[9]

ونتيجة الاهتمام الكبير بالخطاب اختلف السيميائيون حول كيفية تحليل مكونات النص، إلا أنهم تناولوا دراسة المعنى النصي من خلال بنيتين منهجيتين: البنية

السطحية ويتم الاعتماد فيها على المكون السردي والمكون الخطابي. والبنية العميقة التي ترصد شبكة العلاقات التي تنظم بدورها قيم المعنى في المكون السردي. (10)

ثانيا: سيكولوجية الخطاب الألسني (التغريدة):

يتجسد التواصل العاطفي في الخطاب بالتعرف على وضعية الخطاب الذي يضمن الحضور الانفعالي من خلال اكتمال الأفعال واتضاح المهمات المساهمة في تحقيق موضوع القيمة، فالنشاط الخطابي يؤخذ في شكل سلسلة متتابعة لأفعال الكلام، لذلك كان المخطط الخطابي شكلا جليا مرتبطا بفضاء الإحساس، وحيث نجد كل فعل تلفظي يقوم على تحويل البعد الانفعالي القابل للتمثيل على المخططات التوترية، وذلك إمكانية تأويل بنيته العاطفية كمسار عاطفي. (11)

توجهت "جوليا كرستيفا" نحو التحليل النفسي للخطابات وتجلى ذلك في أعمالها "الشمس السوداء، حكايات الغرام، وقوى الرعب" واهتمت هذه الكتب جميعا بالربط بين التحليل النفسي والتحليل السيميائي، من أجل الوصول إلى تحليل متكامل انطلاقا من مقولات "دي سوسير" في كون موقع السيميولوجيا الدقيق عائد إلى علم النفس. من هنا طرحت "كرستيفا" المشكل المتعلق بمكانة التحليل السيميائي في نسق العلوم المختلفة. حيث قالت: "من البديهي اليوم أن عالم النفس والمحلل النفسي سيجدان لوحدهما صعوبة في تحديد مكانة التحليل الدلالي، فالتحليل السيميائي قريب جدا من التحليل النفسي، والسيميائيات لا يمكن أن تبقى على الحياد لأنها الجامعة في طياتها فتات كثير من العلوم. (12)

لم تبد الدراسات السيميائية للخطاب في البدايات أي اهتمام بالجانب النفسي، لكن عندما تراجع "غريماس" عن إقصائه النفسي، غير ذلك كثيرا في اتجاه الدراسات السيميائية، مما فتح لها أفاق أخرى لتظهر في حلة جديدة تعطي أهمية كبيرة للذات ذات

حالة / ذات فاعلة من جوانبها النفسية منطلق في ذلك من منطق أن أي عمل ينتج عن ذات معينة لابد أن يمر بمرحلتين سابقتين وهما التفكير والإحساس.[13]

لا يمكن للطبيعة البشرية أن تصل إلى مرحلة التفكير إلا إذا كانت لها مرتكزات حسية أولية، كما يؤكد "دافيد هيوم" بقوله: "جميع الأفكار نسخ للانطباعات" أي نسخ لجميع إحساساتنا وأهوائنا وانفعالاتنا...[14]

ولإثبات الجانب النفسي في الدراسات السيميائية المعاصرة يمكن النظر إلى ما استحدثته نظريات القراءة والتلقي التي تعتمد كثيرا على المتلقي وكيفية تلقيه المعلومات والأخبار مركزة على حالته النفسية التي تؤهله لدرجة معينة من الاستيعاب، وقد ركز هذا الراي كثيرا على الانفعال والفاعلية من خلال تحديده لأساسيات النص المتمثلة في المنفعل والفاعل وكلاهما ذات هوى قبل أن تكون ذات فعل، والذات لها جانبها العاطفي ومن هنا اهتمت السيميائيات المعاصرة بالجانب النفسي حتى تحي وتستمر أكثر، لأن النص أساسه ذات إنسانية والإنسان لا ينفصل عن الإحساس الذي يطالب القارئ بالكشف عنه وعن استراتيجيات الذات المولدة له.[15]

إن الشدة الشعورية ظاهرة تواصلية مميزة لا تنفصل عن كل مسار خطابي فهي تتعلق بالتعديلات الزمانية والمكانية للمكون الإدراكي الذي لا يستنبط من جوهر الملاحظة المباشرة لملفوظات الصيغة وملفوظات الحالة في المستوى الخطابي فقط، وإنما يتدخل فيه السياق الثقافي والاجتماعي أو على حد تعبير "غريماس" مرجعية الذات ومصنفاتها الفردية والاجتماعية، حيث أن الفضاء العاطفي للكاتب يلعب دورا في تكون الخطاب الذي يجد فيه ضالته للتعبير عن عواطفه بلغة تصويرية إيحائية ويجب على القارئ أن يتتبع تلك الصور المجازية ويستقرئ مختلف الدلالات الضمنية الكامنة في الخطاب ليحول الإحساس من مستوى الغموض إلى مستوى التجلي أو المدرك.[16]

ولا يمكن إقصاء مجال العواطف من النص ذلك أنها تمثل درجة جزئية من الخطاب الكلي، ويمكن أن نعتبرها أحيانا سببا مباشرا لقيام فعل أساسي، يساهم بطريقة مباشرة في تشكيل النص كمعاني الخاصة بالنص كفعل، فالذات تتكلم وقبل أن تفعل ذلك تحس وهذا ما اهتم به "غريماس" و "فونتاني" في كتابهما "سيميائية الأهواء.[17]

ثالثا: الأبعاد التواصلية للتغريدة عبر تويتر:

ـ وتستخدم شبكة تويتر عموما لأحد الأغراض التالية:[18]

- الحديث عن الحياة الخاصة كونه انطلق لتحقيق هذه الغاية، ونسبة كبيرة مما ينشر عبره عبارة عن يوميات للمستخدمين.
- التواصل مع الآخرين: باستخدامه لإرسال الرسائل بين الأعضاء تحت أنظار الجميع ودون سرية.
- إرسال رسائل قصيرة "SMS" مجانية: وهذه الخدمة غير متاحة إلا لبعض الدول حيث يلجأ الكثير من المستخدمين لإرسال الرسائل إلى أصدقائهم مجانا بتشغيل خدمة الإخطار الآلي عبر الرسائل القصيرة، وبمجرد وصول الرسالة إلى الموقع يحولها إلى الهاتف المحمول للشخص المعني بالرسالة مجانا.
- المتابعة المباشرة للملتقيات والأحداث المختلفة يقوم البعض بتغطية الملتقيات والمعارض عن طريق التدوين المصغر خاصة الأخبار والمعلومات التي لا تحتاج إلى الكثير من التفاصيل.
- استخدامه كملحق للمدونات: يستخدم كإضافة على المدونات الشخصية في حالة استخدام تطبيقات مضافة "Widgets" لكتابة مواضيع سريعة وأخبار عاجلة وحصرية "Scoops".
- يستخدم لنشر الروابط: كأن يضع المستخدمون عنوانا لما يتحدث عنه الرابط ويتم تقليص طواه ليتسع لحجم التحديث (140 حرفا).

- استجواب شبكة الأصدقاء ومناقشتهم: يستخدم هنا كأداة لطرح الأسئلة والحصول على الإجابات والمناقشات بطريقة آنية.

ـ ويمكن استخدام شبكة تويتر للأسباب التالية:[19]

تختلف أسباب استخدام شبكة تويتر من شخص إلى آخر ومن شريحة عمرية إلى أخرى كل حسب أهدافه وخلفيته ومستواه الثقافي، الاجتماعي...، لكنها في الغالب تتلخص فيما يلي:

- الحصول على معلومات لحظية: من خلال حسابات القنوات الإخبارية والصحف، الشخصيات المعروفة والمشهورة التي تعمل على نشر آخر مستجداتها فور حصولها كما يمكن أن تكون هذه المعلومات من طرف شخص حضر حدثا أو شيئا ينشر عنه فور حدوثه، فالمعلومات اللحظية دائما تكون ذات قيمة عالية كونها تحدث فوريا.
- 140 حرف فقط: التغريد يجب ألا يزيد حروفه عن 140 حرفا، وهذه الميزة تعتبر سببا للبعض في استخدام شبكة تويتر، فليس الجميع يحب الثرثرة، فهناك من يحب معرفة المعلومة بشكل مختصر حتى لا يشعر بالملل وتسهل عليه القراءة هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن من يغرد هذه 140 حرفا تعتبر حافزا له للإبداع وانتقاء كلماته وإثراء ثقافته.
- إعادة التغريد: بمجرد أن تعجبك تغريدة يمكنك الضغط على إعادة التغريد ونشرها على حسابك الخاص، مما يتيح لها الانتشار الأسرع، وهذا الأمر مفيد أكثر في الجانب التسويقي.
- إيجاد وظيفة: العديد من الشركات وأصحاب الأعمال، يقومون بالنشر على شبكة تويتر ويطلبون موظفين، لذا من خلال متابعة حسابات الشركات وعرض الخدمات والمؤهلات على هذه الشركات، يستطيع المستخدم العثور على الوظيفة التي تناسبه.

- القوة: أعطت شبكة تويتر سلطة للشعب، وهذا ما يتجسد في الثورات التي برزت في السنوات الأخيرة، فقد أصبح لديهم القدرة على قيادة المعركة، وتكوين آراء عامة حول قضايا معينة.
- يمكن الوصول إلى شبكة تويتر من أي مكان تقريبا خاصة مع التطورات التكنولوجية، حيث يمكن للشخص التواصل عبر شبكة تويتر من خلال الهواتف الذكية الحواسيب الشخصية، الكمبيوتر المحمول...، دون التخلي عن أي تطبيق أو ميزة من ميزاته.
- سهل وبسيط الاستخدام لا يحتاج الفرد أن يكون عبقريا في الإعلام الآلي حتى يستخدمه، خاصة وأنه يستخدم واجهة بسيطة وفعالة دون أي تعقيدات أو تشعبات على عكس المواقع الاجتماعية الأخرى.
- البقاء على اتصال دائم مع أفراد العائلة، الأصدقاء، وأصحاب الاهتمامات المشتركة وذلك من خلال إرسال رسائل نصية قصيرة "sms"، "RSS"، ومختلف التطبيقات.
- نشر الروابط، الفيديوهات، الصور.
- التواصل مع الشخصيات المشهورة والمهمة مباشرة عبر حساباتهم على شبكة تويتر لمعرفة آخر أخبارهم.
- وسيلة للتعبير عن الرأي وحشد التأييد والاحتجاج.
- المؤازرة والمواساة في الأزمات.
- تقديم الدعم والتبرعات للمؤسسات الخيرية وذات النفع العام.
- المساعدة وتقديم الخدمات الاجتماعية والإنسانية للآخرين مثل التبرع بالدم، البحث عن المفقودين...

رابعا: مقاربة سيميائية للأهواء المتضمنة عبر التغريدات النسوية:

سنقوم بدارسة كيفية لعينة قصدية من التغريدات النسوية المختلفة المضامين والتوجهات عبر شبكة تويتر، اعتمادا على المقاربة السيميائية التي اقترحها الباحث الألسني "تيزفيتان تودوروف" لدراسة رمزية الخطاب الألسني. سنتعامل مع التغريدات محل الدراسة كخطابات أي سنقرؤها بالنظر إلى السياقات التي انتجت واشتغلت فيها من جهة، وسنخضعها للمسائلة العلمية تفكيكا وتركيبا بهدف استجلاء العواطف المتضمنة فيها من جهة أخرى. وفقا للمنهجية التالية:

- تحليل رمزية اللغة:

يشترط "تودوروف" مبدأ الملاءمة فإذا وجد الخطاب فيجب أن يكون هناك سببا لذلك فالمتلقي يفهم الخطاب لكنه يؤول الرموز، أي أن التلقي بإتباع إستراتيجية تأويلية بالاعتماد على مؤشرات نصية. وإذا ظهر أن الخطاب لا ينطبق عليه هذا المبدأ فإن المتلقي يبحث بطريقة تلقائية عن طريق تحكم خاص فالخطاب لا يتخلى عن هذه العلاقة والتحكم في حقيقة الأمر هو تأويل. فالعامل الذي يؤثر على قرار التأويل هو مؤشرات نصية.[20]

- ➢ البنية اللسانية: التي تدرس التقابل بين الرمزية المعجمية والرمزية المقترحة. ويتم فيها اكتشاف التأويل المباشر والتأويل غير المباشر. حيث يصبح النص أو الخطاب رمزيا في الوقت الذي نكشف فيه بفعل التأويل معنى غير مباشر. [21]

- ➢ تسلسل المعاني: واكتشاف نقاط التلاقي بين المعاني المباشرة والمعاني غير المباشرة عبر التجليات التالية: الخطاب الغامض أي تعدد المعاني لنفس اللفظ. والخطاب الحرفي وهو الذي يحمل دلالة دون أن يستثير أي عنصر، أو الخطاب الشفاف الذي لا يعير الانتباه للمعنى الحرفي.

- الاستثارة الرمزية: تتجلى في التذكر والاستحضار.
- التمييز بين التلفظ والملفوظ أي بين الفعل الألسني وسياقاته.
- السياق التركيبي والاستبدالي: ومدى تجلي البنية المنطقية ولامحدودية المعنى.[22]

1. ـ تحليل التغريدة الأولى:



البنية اللسانية: داخل البنية يجب أن يكون كل عنصر محدد في العلاقات، لا يمكن أن يكون الأمر كذلك إلا من خلال علاقته مع العناصر الأخرى. عادة، توجد بنية في الاختلافات بين الوحدات التي تقابل بعضها البعض، مظهرة قيمتها التمييزية. (23) قابلت المغردة الإعلامية بين فكرتين أساسيتين هما الاعتراف بالجرائم والاعتذار عنها، مع تشديد في الثانية التي لم تتحقق حسبها، الأمر الذي يثير معاني التنديد والكراهية والتحدي. حيث وظفت الإعلامية "مريم بلعاليا" نوع من التقابل البلاغي بين مصطلحي "فرنسا" و"الجزائر" من خلال توظيفهما على شكل هاشتاق، وهذا التقابل ليس

اصطلاحي شكلي فقط إنما له دلالاته التاريخية والثقافية والدينية في نفوس المتلقي الجزائري.

تسلسل المعاني: اختصرت الإعلامية فكرتها في التعبير عن رفضها ولفت الأنظار إلى فكرة رفض الاعتذار مع تأكيد الاعتراف بألفاظ مفهومة متداولة، فقط أعطت فكرة الاعتذار والاعتراف بداية وبشكل مباشر، ثم أشارت إلى مرجعية ذلك وهو جرائم فرنسا في الجزائر.

الاستثارة الرمزية: إن الاستثارة الرمزية المبحوث عنها هنا تتعلق بالعواطف المضمرة خلف هذه التغريدة الإعلامية المصدر، السياسية المضمون، إن التقابل بين معاني كلمتي اعتراف واعتذار رغم التوافق المعجمي بينهما إلى حد ما، يوحي إلى معاني الحقد الجزائري الدفين والذكرى السيئة كلما احتفلنا بأحد الأعياد الوطنية أو تعاملنا سياسيا مع فرنسا، وهو ما يؤكده استخدام كلمة "جرائم" التي تحمل معاني الخبث والخداع و حتى الألم. و التقابل البصري و التضميني بين كلمتي "فرنسا" و"الجزائر" يثير العواطف الدفينة في قلوب الجزائريين من كراهية وألم وذكريات اللاتصالح مع كل ما هو فرنسي بحكم المرجعية التاريخية السيئة، والتي تتذكرها الأجيال الجديدة كلما تذكرت كلمة اعتراف و اعتذار عن الماضي.

التلفظ والملفوظ: يسمح التأثير الذي يقيمه سياق الملفوظ على معنى التلفظ، فالتلفظ جزء من الخطاب ينتج عن فعل الكلام، أما الملفوظ يشير إلى سياق الكلام، من شكّلَ التلفظ وفي أي ظروف؟.[24] تلاءمت تلك العواطف والأحاسيس زمنيا وسياقيا مع سياقات التغريدة التي تستثار عند كل تعامل سياسي جزائري فرنسي.

السياق التركيبي والاستبدالي: يتضمن السياق وسائل تسمح ببناء المعنى غير المباشر، من خلال ما قيل من قبل وفي أي ظروف؟ وما يشير إلى الذاكرة الجماعية وهو السياق الاستبدالي.[25] إن توظيف مصطلحات مثل الاعتراف والاعتذار، ثم ربطها بسياق

الجرائم واستخدام التقابل بين مصطلحي فرنسا والجزائر على شكل ملفوظ، له دلالاته ورمزيته الكبيرة لدى المخيال الجزائري ملؤها الكراهية والذكرى الأليمة، وتوظيف مثل هذه الألفاظ في هذا السياق هو من صميم اسثارة العواطف والذكريات لدى المتلقي الجزائري.

2. تحليل التغريدة الثانية:



البنية اللسانية: إن العلامات اللغوية في العلاقات المتبادلة من زاوية علاقة بعضها ببعض دون أن ننسى أن العلامة لا تنتج معناها الكامل إلا بصلتها بغيرها من العلامات. [26] وظفت الإعلامية خديجة بن قنة في تغريدتها المرجع قبل الحدث، حيث عادت بنا لمناسبة شخصية حدثت في الماضي ثم التصريح بالمناسبة والحدث مع توظيف مصطلح "الذكريات الجميلة" لربط المتلقي عاطفيا مع التغريدة. في ربط علائقي بين العلامات الألسنية ووظائفها اللغوية.

تسلسل المعاني: هذا الخطاب وفقا لمقاربة "تودوروف" هو خطاب شفاف لا يعير الانتباه للمعنى الحرفي للفظ، فالدلالة المعجمية للفظ متطابقة مع الدلالة السياقية،

فلم ترد في الخطاب أي ألفاظ تحتاج تفسيرا معجميا، فقد كانت كلها واضحة مفهومة تجسد بتكاملها معنى الخطاب في مشاركة الذرى الجميلة مع الجمهور المتلقي عبر التويتر.

الاستثارة الرمزية: تتجلى رمزية العواطف المتضمنة من خلال توظيف كلمات "الذكريات الجميلة" "حصولي" "التميز" كلها كلمات ذات استثارة عاطفية توحي إلى الفخر والاعتزاز والتباهي بالإنجازات المحققة مشاركتها مع الجمهور المتلقي محاولة تبيان الرصيد الفاخر للإعلامية.

التلفظ والملفوظ: بدأت الإعلامية "خديجة بن قنة" خطابها بلفظ "ذكريات" محاولة ربط المتلقي بالماضي الجميل حسب رأيها حيث أنه وفي خضم الأحداث السياسية المتسارعة التي تزاحمت على صفحة الإعلامية عبر التويتر جاءت هذا التغريدة لتعكس هذا السياق بسياق الماضي الجميل والفاخر لها ومشاركتها للمتلقي.

السياق التركيبي والاستبدالي: تعرف الإعلامية "خديجة بن قنة" في المخيال الاجتماعي الجزائري على وجه الخصوص بكثرة إنجازاتها التي تبعث على مشاعر الفخر والاعتزاز لذلك جاءت التغريدة لمشاركة هذه العواطف.

3ـ تحليل التغريدة الثالثة:



البنية اللسانية:

نبحث عن التأويلات أو المعاني المباشرة وغير المباشرة، فالنص يتضمن تأويلات غير مباشرة، ورمزيات تجعلنا نبحث عن المعاني الغائبة باستعمال المعنى الحاضر. (27) اختصرت الإعلامية "وسيلة عولمي" تغريدتها في هذا الخطاب في فكرتين متقابلتين في المبنى والمعنى والتقابل خاصة جاء بين كلمتي "يوجد" و "لا يوجد" وكذا بين "مفلق"و "مفتاح" لا توحي هذه الكلمات بمعاني ضمنية كثيرة فهي في توظيفها جاءت بمعاني واضحة، لكن في تقابلها أعطت فكرة ايجابية مؤكدة بكلمة "حقيقة" في أخر الخطاب.

تسلسل المعاني: وظفت المغردة في هذا الخطاب ألفاظا مفهومة في معاناها وسياقها بعيدا عن التلميح والغموض في غاية البساطة والتلقائية.

الاستثارة الرمزية: حمل هذا الخطاب رمزية التفاؤل والاجتهاد وهي العواطف المتضمنة عند التقابل بين "لا يوجد" ثم "يوجد" حيث تتجلى هنا عواطف التفاؤل والإقدام والرغبة في التغير للأحسن، وكذلك توظيف مصطلح "مغلق" ثم بعده "مفتاح" تحمل أيضا عواطف الاستقواء والتحدي للظروف والتغلب عليها.

التلفظ والملفوظ: إن تلك الألفاظ الموظفة في هذا الخطاب جاءت للتعبير عن واقع يعيشة المتلقي من استسلام وخضوع للظروف، فجاءت هذه التغريدة لبعث عزيمة وإرادة وتفاؤل للتغلب على ذلك.

السياق التركيبي والاستبدالي: هذه التغريدة أو هذا الخطاب عبارة عن جرعة تحفيزية وجهتها الإعلامية لمتلقيها عبر تويتر محاولة بها تذكير وتوعية المتلقي بعدم الاستسلام وبعث عواطف التفاؤل والاجتهاد والقوة.

1. تحليل التغريدة الرابعة:



#مقالات
ان المتأمل لحال كورونا في الجزائر يجد ان لها أمرا تريده من المساجد و الشعائر الدينية .
لا للمنع _نعم للتنظيم .

البنية اللسانية:

جاءت هذه التغريدة مليئة بالتلميح والمعاني الضمنية موظفة بطريقة بلاغية مجازية، حول قضية راهنة من قضايا المجتمع الجزائري التي لها بالواقع الصحي العالمي في ظل مواجهة وباء "كورونا" حيث ربطت المغردة السياسية خطابها بين قضيتين أساسيتين راهنتين ومتزامنتين هما وباء كورونا و ظاهرة غلق المساجد في الجزائر، و بدأت المغردة خطابها بلفظ " إن المتأمل" وهي دعوة المتلقي للتركيز وربطه مباشرة بموضوع التغريدة، و ووظفت المغردة ختاما في شكل هاشتاق مايشبة الحل في هذه المشكلة الصحية والدينية ذات الأبعاد الاجتماعية، وجعلت ذلك في علاقة ألسنية مكونة للخطاب الذي يشخص واقعا و يقترح الحلول.

تسلسل المعاني: وظفت المغردة تعبيرا مجازيا عند قولها "... يجد أن لها أمرا تريده من المساجد" وهو تعبير ضمني على أن كورونا لم تعد في أي مكان سوى المساجد حتى لجأنا إلى غلقها لتفادي الانتشار. حيث أوصلت المغردة رسالتها بطريقة بلاغية على درجة من التأثير والإقناع. وأعطت لها بعدا سياسا عند التعبير على ليست كورونا من يريد بل هو شأن سياسي.

الاستثارة الرمزية: تستثار بداية عند قراءة هذه التغريدة عواطف الاستغراب والدهشة من هذا الواقع الذي يقضي بفتح كل الفضاءات ماعدا المساجد، وهي رغبة المغردة من طرح مشكلة لدى المتلقي وكأن كورونا شبيهة بشخص يريد غلق المساجد وتوقيف الشعائر الدينية فيها. كما تحمل هذه التغريدة عواطف الغيرة على الشعائر الدينية والرغبة في عودة الأوضاع لحالها الطبيعي.

التلفظ والملفوظ: جاءت الألفاظ "حال كورونا في الجزائر" " المساجد" تعبيرا عن ملفوظ وسياق واقعي يعيشة المجتمع الجزائري في ظل فتح كل الفضاءات المجتمعية ماعدا المساجد وربط هذا السياق الاجتماعي بسياق سياسي على اعتبار الشخصية المغردة السياسية.

السياق التركيبي والاستبدالي: تعتبر المساجد في المخيال الاجتماعي الجزائري من المقدس وغلقها يعتبر تعدي على الخصوصية الجزائرية وضد رغبتهم، الأمر الذي جعل التغريدة خادمة لتوجهات المجتمع الجزائري في أغلبه ومعبرة عن رأيه في هذه القضية بالذات.

5. تحليل التغريدة الخامسة:



"سألني أحدهم ذات مرة لماذا تصرّ دومًا على اتخاذ الطريق الشاق؟, أجبته لماذا تفترض أني أرى طريقين!"





البنية اللسانية:

جاءت البنية اللسانية لهذه التغريدة في شكل علاقة بين سؤال وجواب بشكل تراتبي، وتحكي هذه التغريدة موقف حدث لصاحبة التغريدة، المرأة السياسية "زهية بن قارة" وتعتبر كلمة "الطريق الشاق" هي المفتاحية في هذا الخطاب على اعتبار أن موضوع الطريق الشاق والصعب الذي تسلكه المرأة السياسية في الجزائر هو موضوع وسياق هذه التغريدة.

تسلسل المعاني: أرادت هذه التغريدة بناءا على التضمينات الموظفة فيها الرد على مجتمع ذكوري وهو ما يرمز إليه لفظ "سألني أحدهم" الذي يرى أن المرأة يفترض أن تسلك أسهل الطرق لا الشاق منها، فكانت الإجابة أنه فيه طريق واحد بغض النظر عن صعوبته ولا تحتاج المرأة للمفاضلة أو الصاق صفة إتباعها الطرق اليسيرة. فكأن هذا الحوار هو بين المرأة السياسية صاحبة التغريدة كأيقونة للمرأة الجزائرية، وبين المجتمع الذكوري الذي يصنف المرأة في مهام محددة.

الاستثارة الرمزية: رمزية عواطف القوة والتحدي ظاهرة بقوة في هذه التغريدة إضافة إلى عواطف الأنوثة المتضمنة في الدفاع عن حضور المرأة ودورها الحقيقي في مجتمع ذكوري من جهة ودحض فكرة اقتصار المرأة على أدوار محددة من جهة أخرى حسب تعبيرها "لماذا تفترض أني أرى طريقين".

التلفظ والملفوظ: جاءت ألفاظ هذا الخطاب وفقا لملفوظ اجتماعي يرى في المرأة الجزائرية محددة الوظائف والمهام فقد رمزت لفظ "أحدهم" الى المجتمع الذكوري، و "الطريق الشاق" يرمز الى ضعف المرأة واقتصار أدوارها، أما "لماذا تفترض أني أرى طريقين" فترمز إلى تعدد أدوار المرأة واللامتناهية وغير مقتصرة على دور دون أخر. فقد جسدت هذه الرمزيات ما أرادته القائمة بالاتصال في هذا السياق.

السياق التركيبي والاستبدالي: إن المخيال الاجتماعي الجزائري مليء بالنظرة المنتقصة من دور المرأة في مختلف المجالات الشاقة، فقد جاء هذا الخطاب استجابة لهذا السياق ودحضا لتلك الأفكار عللا اعتبار التعميم الذي يخص السائل والمجاوب في هذا الخطاب.

6. تحليل التغريدة السادسة:



البنية اللسانية:

هذه التغريدة بمثابة نداء لفئة محددة من النساء لأجل الوقوف مع قضية نسوية ذات اهتمام بالغ، حيث دعت المغردة وهي فنانة جزائرية باسم الفنانات الجزائرية إلى الوقوف ضد ظاهرة التعنيف ضد المرأة، فقد بدأت هذه التغريدة بالتعريف بمصدر الفكرة المطروحة لكسب القوة والتأييد من المتلقي، والتعبير عن الجماعية في الوقوف ضد الظاهرة المطروحة.

تسلسل المعاني: عبرت المغردة عن فكرتها بألفاظ ذات دلالة خطيرة كالقتل والعنف، ولفظ "نحن الممثلات" والتضامن، لإبراز خطورة القضية من جهة، وضرورة التكافل للتعبير عن ذلك ورفضه من جهة أخرى.

الاستثارة الرمزية: تظهر عواطف الألم والتأسف من خطورة الظاهرة وكذا لجهة الرفض وقوة المجتمع النسوي في مواجة هذه الظاهرة، كما عبرت التغريدة عن الدور الإيجابي والمشاعر النبيلة في تأدية الرسالة الراقية للفنانة الجزائرية.

التلفظ والملفوظ: وظفت المغردة ألفاظ تعتبر دقيقة وذات دلالات الإجرام والخطر كـ"القتل" و "العنف" وهي في السياق الجزائري سلوكات لا أخلاقية ولاقانونية.

السياق التركيبي والاستبدالي: تعتبر ظاهرة العنف ضد المرأة المطروحة في هذا الخطاب من بين أبرز الظاهر التي يرفضها المجتمع الجزائري بكل أطيافة، وخاصة المرأة التي تعتبر الحلقة الأضعف في المخيال الجزائري لذلك يسهل ممارسة أشكال التعنيف ضدها، فكانت هذه التغريدة لإبراز دور المرأة وقوتها في رفض هكذا ظواهر.

استنتاجات:

- يشكل التويتر فضاءا نخبويا تعبر فيه المرأة عن أهوائها بشكل حر وتلقائي على درجة من الجدية والاحترام
- يمكن مقاربة التغريدة النسوية عبر التويتر على أنها خطابا ألسنيا على اعتبار ارتباط إنتاجها واشتغالها بمختلف السياقات المباشرة وغير المباشرة بموضوعها.
- ترتبط مضامين التغريدة النسوية بمختلف القضايا الراهنة والتاريخية التي تهم المجتمع بصفة عامة.

- تهتم التغريدة النسوية بمختلف القضايا السياسية والدينية والثقافية والاجتماعية والفنية وغيرها حسب اهتمام المرأة المتعدد.
- **جاءت الخصائص العاطفية للتغريدة النسوية عبر تويتر كالاتي:**

- تجسدت أهواء العنفوان والقوة والتحدي بشكل بارز في التغريدة النسوية خاصة عند الحديث عن أدوار المرأة في المجتمع، وعم المجتمع الذكوري، وعن صورة المرأة في مختلف المنابر.
- تتجلى أهواء الغيرة والدفاع والرفض والتنديد عندما يتعلق الأمر بالمسلمات التاريخية والثقافية للمجتمع الجزائري، وتُظهر هذه العواطف انتماء المرأة الجزائرية وأصالتها وسرعة استفزازها عندما يتعلق الأمر بتلك المسلمات.

قائمة المراجع المعتمدة:

---

(1): ألجيرداس جوليان غريماس، جاك فونتني: سيميائات الأهواء، من حالات الأشياء إلى حالات النفس، تر: سعيد بنكراد، دط، دار الكتاب الجديد، بيروت، لبنان، 2010، ص09.

(2): نفس المرجع، ص09.

(3): نفس المرجع، ص10.

(4): هشام عبادة: **سيميائية التوتر وعلاقتها بتفاعلات الأهواء في السنما المغاربية، دراسة تحليلية سيميائية على عينة من الأفلام المغاربية**، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2018-2019. ص02.

(5): نفس المرجع، ص03.

(6): ألجيرداس جوليان غريماس، جاك فونتني: مرجع سبق ذكره، ص15.

(7): هشام عبادة: مرجع سبق ذكره، ص08.

[8]: محمد عتروس: **سيمياء الذات والتوتر في قصيدة شهرزاد والليلة الثانية بعد الألف لعبد الحليم مخالفة**، الملتقى الدولي الثامن السيمياء والنص الأدبي، قسم اللغة العربية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012، ص337.

[9]: نفس المرجع، ص336.

[10]: جوزيف كورتيس: **مدخل إلى السيميائية السردية**، تر: جمال حضري، ط1، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2007، ص12.

[11]: تسعديت بن أحمد: **تأويل البنية العاطفية في ديوان مقام البوح لعبد الله العشي**، مذكرة ماجستير، معهد اللغة العربية وأدابها، جامعة تيزي وزو، 2009، ص02.

[12]: فيصل الأحمر: **معجم السيميائيات**، ط1، منشورات الاختلاف، الدار العربية للعلوم ناشرون، الجزائر، 2010، ص278.

[13]: أحمد يوسف: **السيميائيات الواصفة، المنطق السيميائي وجبر العلامات**، ط1، منشورات الاختلاف، الدار العربية للعلوم، الجزائر، 2005، ص72.

[14]: طائع الحداوي: **سيميائية التأويل، الانتاج ومنطق الدلائل**، ط1، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، 2006، ص93.

[15]: أمبيرتو إيكو: **نزهات في غابة السرد**، تر: سعيد بنكراد، ط1، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، بيروت، 2005، ص11.

[16]: تسعديت بن أحمد: مرجع سبق ذكره، ص02.

[17]: هشام عبادة: مرجع سبق ذكره، ص156.

[18]: فندوشي حمزة: **أثار استخدام الجمهور الرياضي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي، حول البعد الثقافي الاجتماعي**، أطروحة دكتوراه علوم في الإعلام والاتصال الرياضي، جامعة الجزائري3، 2014-2015ص116.

(19): هاجر بن عمار: **هويات مستخدمي الوسائط الجديدة، التويتر نوذجا**، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2016-2017،ص114.

(20): **La semiotique de Tzvetan Todorov**, http://www.signosemio.com/todorov/semiotique.asp. vu le 15/04/2021, 23:00.

(21): تيزفيتان تودوروف: **نظريات في الرمز**، ط1، تر محمد الزكراوي، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2012، ص10.

(22): **La semiotique de Tzvetan Todorov**, op.cit.

(23): سعاد سليماني: **البنية اللسانية للخطاب الديني**، مجلة الخطاب والتواصل، العدد3، الجزائر، 2017، ص13.

(24): رباب بن عياش: **رمزية الفضاء العمومي الافتراضي في الجز ائر، دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من المدونات وصفحات موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك**، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2014-2015، ص185

(25): نفس المرجع، ص179

(26): سعاد سليماني: مرجع سبق ذكره، ص 14.

(27): رباب بن عياش: مرجع سبق ذكره، ص188.

اتجاهات مستخدمي الأنستغرام نحو تسويق المنتجات عبر صفحات المؤثرات الجزائريات

دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين

د. نزهة حنون (استاذ محاضر أ)

ibtissem-hanoun89@hotmail.com

ط.د بن زكة سمية

soumiabenz702@gmail.com

جامعة العربي بن مهيدي _أم البواقي_

الملخص:

هدفت دراستنا هذه إلى معرفة اتجاهات مستخدمي موقع الإنستغرام نحو تسويق المنتجات عبر صفحات المؤثرات الجزائريات، ومعرفة دور المؤثرات في تحديد السلوك الشرائي لعينة الدراسة، وفي إطار ذلك تم الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة، حيث تم توزيع استمارة استبيان تتكون من أربعة محاور على عينة من مستخدمي الإنستغرام ومتابعي صفحات المؤثرات عبره، حيث توصلت الدراسة إلى أن أغلب المستخدمين يرون أن المؤثرات على الإنستغرام يساهمون أحيانا في توجيه سلوكهم الشرائي، لا سيما وأنه سبق لأغلب المستخدمين شراء منتجات بعد أن سوقت له المؤثرات عبر صفحاتهن على الإنستغرام.

الكلمات المفتاحية: التسويق التأثيري، الإنستغرام، المؤثرات.

abstract:

The study aimed to know the trends of Instagram users towards marketing products through the Algerian influencer pages on Instagram, and to know the role of influencers in determining the purchasing behavior of the study sample, and within the framework of that the sample survey method was relied upon, where a questionnaire consisting of four axes was distributed to a sample of Instagram users and followers of influencer pages through it, as the study found that most users sometimes contribute to Instagram influencers in guiding their buying behavior, as most of the study sample had previously purchased products after the influences were marketed to him through their Instagram pages.

Keywords*: influencer marketing, Instagram, influencers.*

الاشكالية:

يعتبر التسويق الالكتروني اليوم إحدى الوسائل التي تعرف رواجا واهتماما كبيرا، سواء لدى المؤسسات والشركات التجارية أو لدى الزبائن والمستهلكين، وذلك راجع إلى الانتشار الواسع لتكنولوجيا المعلومات والانترنت وما تملكه من مزايا، حيث أدى ظهور وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي في العالم إلى افراز العديد من المصطلحات الجديدة في الميدان الإعلامي والاتصالي بصفة عامة، والميدان التسويقي بصفة خاصة، فظهر ما يعرف بالتسويق التأثير، أو التسويق من خلال المؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والذي يعد اليوم نمطا رائدا في تسويق المنتجات والخدمات، وذلك بفضل قدرة المؤثرين في الوصول إلى أكبر قدر ممكن من المستهلكين، إذ يمتلكون قاعدة كبيرة من المتابعين، لذلك نجد أن الشركات التجارية أصبحت تولي أهمية كبيرة لجمهور المؤثرين.

ويعتبر الانستغرام أكثر مواقع التواصل الاجتماعي الذي تلجأ إليه الشركات والماركات للتعريف بمنتجاتها عبر صفحات بعض المؤثرين، وذلك راجع إلى سهولة

استخدامه من جهة وكونه وسيلة الشباب من جهة أخرى، وتعتبر صفحات المؤثرات على الانستغرام أكثر منصة مناسبة لممارسة هذا النوع من التسويق خاصة بالنظر إلى العدد الكبير للمتابعين لها، ما يسمح بالوصول إلى أكبر عدد ممكن من الزبائن.

وقد دخل هذا النوع من التسويق إلى الجزائر مع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر خاصة على موقع الانستغرام، لذلك ارتأينا القيام بدراسة لمعرفة ما هي اتجاهات مستخدمي الأنستغرام نحو تسويق المنتجات عبر صفحات المؤثرات الجزائريات؟

التساؤلات الفرعية:

1- ماهي عادات وأنماط مستخدمي الأنستغرام عينة الدراسة لهذا الموقع؟
2- ماهي عادات وانماط استخدام عينة الدراسة لصفحات المؤثرات الجزائريات على الأنستغرام؟
3- ما هو دور المؤثرات الجزائريات على الإنستغرام في تحديد السلوك الشرائي لعينة الدراسة؟
4- ما هي اتجاهات عينة الدراسة نحو المنتجات التي تسوق لها المؤثرات الجزائريات عبر صفحاتهن على الإنستغرام؟

2- أسباب اختيار الموضوع: في كل دراسة أو موضوع بحث علمي لابد أن تكون وراءه أسباب استدعت البحث فيه، هذه الأسباب قد تكون ذاتية نابعة من إحساس الباحث نفسه بالمشكلة وضرورة البحث فيها للوصول إلى نتائج علمية حولها، كما تحيط بأي موضوع علمي جملة من الأسباب الموضوعية التي يفرضها الواقع الاجتماعي، وبالتالي فهناك مجموعة من الأسباب الذاتية والموضوعية التي دفعت بالطالبة إلى اختيار هذا الموضوعي وهي كما يلي:

أ-أسباب ذاتية:

- الميل والرغبة في دراسة موضوع التسويق عبر المؤثرين كنوع جديد في العملية التسويقية في البيئة الرقمية الحديثة.

- الملاحظة بأن دراسات وبحوث التسويق عبر المؤثرين ومواقع التواصل الاجتماعي تحظى باهتمام كبير.

ب- الموضوعية:

- جدة وجدية موضوع الدراسة، حيث لاحظنا من خلال الأبحاث حول الموضوع قلة الدراسات التي تناولت موضوع التسويق عبر صفحات المؤثرات على الانستغرام، خاصة في الجزائر.

- اثراء المكتبة الجزائرية بمرجع علمي جديد يكون مصدرا للباحثين في التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وعبر صفحات المؤثرات على الأنستغرام بصفة خاصة.

3- **أهمية الدراسة:**

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته، إذ أنها تبحث في نمط تسويقي جديد، وهو التسويق عبر المؤثرات على موقع الأنستغرام، وقد ارتأينا تسليط الضوء على هذا الموضوع من خلال دراسة بعنوان" اتجاهات مستخدمي الأنستغرام نحو تسويق المنتجات عبر صفحات المؤثرات الجزائريات، دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين، فالانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي انعكس إيجابا على الشركات والعلامات التجارية، وساهم في ظهور عملاء جدد، ومن المتوقع أن نصل لنتائج علمية تكون منطلقا لدراسات أخرى في المستقبل، ومرجعا للباحثين والأكاديميين

في مجال علوم الاعلام والاتصال والتسويق في ظل شح الدراسات التي تناولت موضوع التسويق عبر المؤثرين في الجزائر.

4- نوع الدراسة ومنهجها: تنتمي دراستنا لنوع الدراسات الوصفية التي تعرف بأنها: "اسلوب من اساليب التحليل المرتكزة على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد عبر فترات زمنية معلومة، وذلك بهدف الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية تنسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة. (المزاهرة، 2014، ص 304).

منهج الدراسة:

في أي بحث علمي لابد على الباحث أن يحدد المنهج الذي سيتبعه في كل خطوات الدراسة محل البحث، والذي يفرضه موضوع الدراسة في حد ذاته والأهداف التي يريد الباحث الوصول إليها، ومن فوائد المناهج في الدراسات الإعلامية أنها تضمن للباحث الوصول إلى نتائج موضوعية وذات مصداقية.

وفي دراستنا التي تتناول موضوع" اتجاهات مستخدمي الأنستغرام نحو تسويق المنتجات عبر صفحات المؤثرات الجزائريات "فإننا سوف نعتمد على منهج المسح بالعينة الذي تفرضه نوعية دراستنا وأهدافها التي نرغب في الوصول إليها، ويعد المنهج المسحي من أكثر أنواع المناهج استخداما في البحوث الإعلامية والذي يعرف على أنه: "طريقة لتجميع البيانات الاجتماعية وتحليلها عبر المقابلات أو الاستبيانات المقننة، من أجل الحصول على معلومات من أعداد كبيرة من المستجيبين عن طريق جماعة ممثلة لهم". (بدر،2008، ص173)

5-مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع البحث كما يعرفه الباحثين هو "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث (بن مرسلي، 2003، ص 166). أي أنهم جميع المفردات التي تتوفر فيهم الخصائص التي نريد دراستها.

ومجتمع البحث في هذه الدراسة هم كل متابعي صفحات المؤثرات الجزائريات عبر الانستغرام، ولأن مجتمع البحث هنا عريض وغير متجانس ولصعوبة الحصر الشامل فقد قمنا بتحديد عينة من هذا المجتمع يتسم بأنه جزءا ممثلا للمجتمع الأصلي، وتعرف العينة على أنها:" عملية اختيار جزء من مجتمع البحث والتي سيتركز حوله البحث، والتي تتضمن مجموعة من العمليات تهدف إلى بنا عينة تمثيلية لمجتمع البحث المستهدف. (أنجرس، ص 301).

حيث قمنا بتوزيع استمارة الكترونية بطريقة قصدية على متابعي بعض صفحات المؤثرات الجزائريات على الأنستغرام وتم استرجاع 114 مفردة.

تحديد مفاهيم الدراسة:

1- **تعريف التسويق الالكتروني:**

هو نوع جديد من التسويق تتم تقنياته ووظائفه عبر التقنيات الرقمية كافة مثل الانترنت وشبكات الاكسترانت والانترنت والهاتف النقال وعبر وسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية. (بشطولة، ص 382) نلاحظ أن هذا التعريف من وجهة نظر المعلن وقد ربط مفهوم التسويق الالكتروني بالتطورات التكنولوجيا الحاصلة واستغلالها في الترويج والتسويق باستغلال هذه الوسائل والتقنيات التكنولوجيا.

التسويق الالكتروني هو استخدام الافراد لتكنولوجيا المعلومات وبشكل خاص شبكة الانترنت لاقتناء حاجاتهم واختيار علامات تجارية معينة. (المرجع السابق ذكره، ص383).

نلاحظ أن الباحث حدد هنا مفهوم التسويق الالكتروني من وجهة نظر المستهلك.

2-**التسويق من خلال المؤثرين على مو اقع التواصل الاجتماعي:**

" هو أحد أنواع التسويق على مواقع التواصل الاجتماعي، الذي تقوم المنظمات من خلاله بتحديد واختيار مجموعة من المؤثرين على هذه المواقع وبناء علاقات قوية معهم واستخدامهم في توصيل رسالتها التسويقية للجمهور المستهدف، وتحقيق بعض أهدافها التسويقية للجمهور المستهدف وتحقيق بعض أهدافها التسويقية. (الحريري، 2019، ص 165).

3-**المؤثر:**

هو شخص خبير في مجال معين أو ربما شخص مشهور ولديه عدد كبير من المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي، فوجود عدد كبير من المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي يعتبر شرط مهم لكي نطلق على شخص بأنه مؤثر. (محرم، 2020، ص 386).

الجانب التطبيقي للدراسة:

التحليل الكمي والكيفي لنتائج الدراسة: إنّ التحليل الكمي هي خطوة اجرائية، تستهدف ترتيب البيانات وتصنيفها لتفسير عملية التحليل الكيفي، اذ يعد التحليل الكمي أداة من أدوات البحث العلمي، تساعد على جمع المعلومات وتفسيرها وتحليلها، من أجل الوصول إلى نتائج كمية تساعد في تفسير العلاقات الخاصة بموضوع الدراسة العلمية، لكن التحليل الكمي وحده غير كافي لتفسير النتائج الخاصة بموضوع دراستنا، بل يحتاج إلى التحليل الكيفي من أجل تفسير النتائج الكمية المتوصل إليها بطريقة كيفية منهجية وعلمية.

المحور1: دو افع استخدام عينة الدراسة لموقع الانستغرام

الجدول رقم 1: يبين مدى استخدام عينة الدراسة لموقع الأنستغرام

	التكرار	النسبة
دائما	74	64.9%
أحيانا	30	26.3%
نادرا	10	8.8%
المجموع	114	%100

نلاحظ من الجدول رقم 1 أن غالبية عينة الدراسة يستخدمون موقع الأنستغرام بشكل دائم بنسبة 64.9% ونسبة %26.3 يستخدمونه من حين لآخر، في حين نسبة 8.8 %نادرا ماي ستخدمونه.

نستخلص من نتائج الجدول أن موقع الأنستغرام يحظى باهتمام كبير نوعا ما من طرف عينة الدراسة، وهذا ما يفسر الاستخدام الدائم له من طرف الأغلبية، وذلك راجع ربما لسهولة استخدامه وتصفحه وتعدد خصائصه، كما أنه يجمع بين خواص عدة مواقع كخاصية story المستوحاة من موقع snap shat وخاصية reel المستوحاة من موقع tik tok.

الجدول رقم 2: يوضح أوقات استخدام عينة الدراسة لموقع الأنستغرام

	التكرار	النسبة
صباحا	1	0.9%
ليلا	16	14%
لا يوجد وقت محدد	97	85.1%
المجموع	114	100%

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 85.1 %يستخدمون موقع الأنستغرام دون وجود وقت محدد لذلك، في حين 14 %من عينة الدراسة يستخدمونه ليلا فقط ونسبة ضئيلة جدا من عينة الدراسة قدرت ب 0.9 %تستخدمه في الصباح.

وتدل نتائج هذا الجدول أن عينة الدراسة يستخدمون موقع الأنستغرام كلما وجدوا الوقت لذلك، وهذا

بسبب سهولة استخدامه من جهة، وارتباطه بالهاتف النقال والأجهزة المحمولة التي ترافق المستخدم في كل مكان، بالإضافة الى الانتشار الواسع لشبكة الانترنت خاصة بعد دخول الجيل الثالث والرابع.

الجدول رقم 3: يوضع دو افع استخدام عينة الدراسة لموقع الأنستاغرام

الدوافع	التكرار	النسبة
متابعة المستجدات والتطورات	68	59.6%
التعرف على أصدقاء وشخصيات جديدة	5	4.4%
التسلية والترفيه	38	33.3%
اكتساب معارف وخبرات جديدة	32	28.1%
تتبع أخبار الموضة والمشاهير	50	43.9%
أخرى	13	11.4%
المجموع	206	100%

نلاحظ من نتائج الجدول أعلاه أن أكبر دافع لاستخدام عينة الدراسة موقع الأنستاغرام هو متابعة المستجدات والتطورات بنسبة 59.6% وبنسبة 43.9% لتتبع أخبار الموضة والمشاهير، في حين نلاحظ وجود تقارب بين النسب الأخرى.

وهذا يدل على أن الأنستاغرام كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي أصبح يعتبر اليوم مصدرا للأخبار والمعلومات، وقد حل محل وسائل الأخبار التقليدية، وما ساعده في ذلك هو خاصية الآنية التي يتمتع بها الموقع وانتشاره الواسع وجماهيريته الواسعة.

الجدول رقم 4: يبين تكرارات إجابات المبحوثين على سؤال ما الذي يستهويك في موقع الانستاغرام

	التكرار	النسبة
شعبيته	8	7%
سهولة استخدامه	14	12.3%
الخدمات التي يقدمها	23	20.2%
يوفر فرصة للانفتاح على العالم	60	52.6%
اخرى	9	7.9%
المجموع	114	100%

نلاحظ أن ما يستهوي عينة الدراسة في موقع الأنستاغرام هو أنه أتاح لهم فرصة للانفتاح على العالم بنسبة 52.6 %وللاستفادة من الخدمات التي يقدمها بنبة 20.2% ونسبة 12.3%لسهولة استخدامه.

نستخلص من هذه النتائج ان عينة الدراسة تؤكد على أن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والأنستاغرام بصفة خاصة الغى ما يعرف بالحدود الجغرافية بين الدول، اذ استطاع الموقع أن يعرف المستخدمين بعادات وثقافات شعوب مختلفة، كما مكنهم من الحصول على المعلومات والاخبار عن الاحداث والمواقف في العالم وقت حدوثها.

الجدول رقم 5: يبين تكرارات المجالات التي تتابعها عينة الدراسة على الأنستاغرام

المجالات	التكرار	النسبة
السياسية	11	9.6%
الثقافية	67	58.8%
الرياضية	28	24.6%
التكنولوجيا	44	38.6%
الطبخ	58	50.9%
الموضة	94	82.5%
السياحة	45	39.5%
الفن	54	47.4%
الديكور	63	55.3%
اخرى	12	10.5%
المجموع	476	100%

نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة تستخدم الأنستاغرام لمتابعة أخبار الموضة والأخبار الثقافية والديكور بنسبة 82.5% و 58.8% و 55.3% على التوالي لكل واحدة منهم، وبنسبة 54 %لمتابعة اخبار الفن و 45 % للسياحة.

إذا نسبة كبيرة جدا من عينة الدراسة تستخدم الأنستاغرام لمتابعة أخبار الموضة، وهذا ربما راجع إلى أن اغلب أفراد عينة الدراسة هم من الاناث اذ أ نهن الأكثر اهتماما بهذه المجالات.

الجدول رقم 6: يبين أكثر خاصية في الأنستاغرام مفضلة عند عينة الدراسة

	التكرار	النسبة
reels	36	%31.6
stories	95	83.3%
المحادثة	26	22.8%
IGTV	24	21.1%
البث المباشر	24	21.1%
اخرى	12	10.5%
المجموع	217	100%

تبين نتائج الجدول ان نسبة 83.3% من عينة الدراسة يفضلون خاصية story في الأنستغرام، ونسبة 31.6 % يفضلون خاصية reel في حين النسب الأخرى كانت متقاربة.

وبالتالي فنتائج الدراسة تبين أن أفراد عينة الدراسة تستخدم الأنستاغرام لمعرفة أخبار ويوميات الأشخاص الذين يتابعونهم على السطوري، وهذا دليل على أن السطوري أحسن وسيلة للوصول إلى أكبر عدد من المتابعين على الأنستاغرام، أما نسبة 31.6%يفضلون خاصية reels الخاصة بمشاركة الفيديوهات القصيرة وهي خاصية مستوحاة من فيديوهات tik tok.

الجدول رقم :7 يبين نوع الأشخاص الذين تتابعهم عينة الدراسة

	التكرار	النسبة
الشخصيات المشهورة	74	64.9%
الفنانين	43	37.3%
المؤثرين (المدونين)	74	64.9%
اخرى	27	23.7%
المجموع	218	100%

تبين نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 64.9% من عينة الدراسة يتابعون الشخصيات المشهورة على الأنستغرام، ونسبة 64.9%يتابعون المؤثرين، في حين نسبة 37.3% يتابعون الفنانين.

تدل نتائج الدراسة على أن موقع الأنستغرام يسهل على المستخدمين سهولة الوصول ومتابعة المشاهير وأخبارهم، كما أنه وسيلة لمتابعة المؤثرين وما يؤكد ذلك هو أن أغلب المؤثرين والمشاهير اليوم برزوا من بوابة الأنستغرام.

المحور 2: عادات و أنماط متابعة صفحات المؤثرات على الأنستغرام

الجدول رقم 8: يوضح نسبة متابعة عينة الدراسة لحسابات المؤثرات على الأنستغرام

	التكرار	النسبة
نعم	50	43.9%
لا	64	56.1%
المجموع	114	100%

يوضح الجدول أعلاه إجابات أفراد عينة الدراسة عن ما اذا كانوا يتابعون الكثير من المؤثرات الجزائريات على الانستغرام حيث أن نسبة 56.1% منهم لا يتابعونهن في حين نسبة 43.9% يتابعون عدد كبير من المؤثرات.

الجدول رقم9: يوضح دو افع عينة الدراسة لمتابعة المؤثرات على الأنستاغرام

	التكرار	النسبة
شعبيتهن الواسعة	24	21.1%
اعتبرهن قدوة	6	5.3%
قيمة النصائح والارشادات التي يقدمهن	45	39.5%
لأنني معجب بشخصياتهن ومسيراتهن	18	15.8%
اهتمامهن الواسع بمختلف المجالات والاخبار	24	21.1%
الفضول لمتابعة اخبارهن	52	45.6%
اخرى	22	
المجموع	191	100%

نلاحظ من خلا الجدول أن الدافع وراء متابعة عينة الدراسة لحسابات المؤثرات على الأنستغرام هو الفضول لمتابعة اخبارهن بنسبة 45.6% وبنسبة % 39.3 لقيمة النصائح التي يقدمهن وبنسبة 21.1 لاهتمامهن الواسع بمختلف المجالات وأيضا لشهرتهن الواسعة.

نستخلص من هذه النتائج أن عينة الدراسة تهتم بمعرفة اخبار المؤثرات ويومياتهن بداعي الفضول فقط، في حين نسبة 45.6 من أفراد العينة يتابعونهن لثقافتهن

ولقيمة النصائح التي يقدمهن لمتابعيهم، وهذا يدل على أن هؤلاء المؤثرات لديهن قدرة عالية في التأثير على المتابعين، بفضل ثقافتهن الواسعة واهتمامهن الواسع بمختلف المواضيع والمجالات.

الجدول رقم 10: يبين نوع المنشورات التي تستهوي عينة الدراسة على صفحات المؤثرات على الأنستغرام

	التكرار	النسبة
الموضة والجمال	78	68.4%
السفر والسياحة	46	40.4%
الصحة	28	24.6%
الديكور	50	43.9%
الأمومة	16	14%
الماركات	48	42.1%
غير ذلك	22	19.3%
المجموع	288	100%

نلاحظ أن أهم منشورات المؤثرات التي تحظى باهتمام عينة الدراسة هي المنشورات الخاصة بالموضة والجمال بنسبة 68.4 بالمئة وبنسبة 43.9 بالمئة للمنشورات الخاصة بالديكور ونسبة 42.1 بالمئة للمنشورات الخاصة بالماركات ونسبة 40.4 بالمئة للمنشورات الخاصة بالسفر السياحة.

نستخلص من هذه النتائج أن أغلبية أفراد الدراسة إناث وهذا ما يفسر اهتمامهن بمجال الموضة والجمال والديكور والماركات وغيرها، وهي نتائج منطقية باعتبار أن الدراسة تهتم بحسابات المؤثرات على الخصوص.

الجدول رقم 11 يوضح إجابات المبحوثين على سؤال ماهي الخاصية المفضلة لديك لمتابعة المؤثرات على الأنستغرام

	التكرار	النسبة
Story	93	81.6%
الصور التي يشاركهن على صفحاتهن	52	45.6%
IGTV	27	23.7%
REELS	24	21.1%
اخرى	11	9.6%
المجموع	207	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن نسبة 81.6بالمئة من افراد عينة الدراسة يتابعون المؤثرات من خلال story ونسبة 45.6 بالمئة يتابعهن من خلا الصور التي يشاركهن على صفحاتهن.

ومنه نستخلص أن عينة الدراسة تتعمد التعرض للمحتوى الذي يقدمهن المؤثرات سواء بداعي الفضول

أو حبا فيهن ووفاء لهن.

المحور3: دور المؤثرات على الأنستغرام في تحديد السلوك الشر ائي لعينة الدراسة

الجدول رقم 12: يوضح إجابات المبحوثين حول مدى مساهمة المؤثرات في توجيه السلوك الشر ائي لعينة الدراسة

	التكرار	النسبة
دائما	6	5.3%
احيانا	82	71.9%
أبدا	26	22.8%
المجموع	114	100%

تبين نتائج الجدول ان نسبة 71.9 بالمئة من عينة الدراسة تساهم أحيانا المؤثرات في توجيه سلوكهم الشرائي وهذا دليل على قدرتهم في التأثير على متابعيهم من جهة ومن جهة أخرى اثبات لنجاحهم في التسويق والإعلان للمنتجات.

الجدول رقم 13: يبين رغبة عينة الدراسة بعد تعرضهم لمحتوى المؤثرات حين يسوقن للمنتوجات

	التكرار	النسبة
الرغبة في الشراء	48	42.11%
اللامبالاة	66	57.9%
المجموع	114	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن نسبة 57.9 بالمئة من عينة الدراسة يشعرون باللامبالاة عند تعرضهم لمحتوى المؤثرات حين يسوقن للمنتجات في حين نسبة 42.11 بالمئة يرغبون في الشراء.

نستخلص من نتائج الجدول أن اغلب متابعي المؤثرات يشعرون باللامبالاة حين تعرضهم لمحتوى المؤثرات حين تسويقهم لبعض المنتجات وهذا ربما راجع إلى الظروف المادية للمتابعين من جهة ولارتفاع أسعار هذه المنتجات من جهة أخرى في حين 42.11 بالمئة يرغبون في الشراء وهي نسبة عالية نوعا ما تدل على نجاح المؤثرات في التسويق الجيد للمنتوجات والماركات.

الجدول رقم 14: يوضح دور المؤثرات في التسويق للمنتجات على صفحاتهن من وجهة نظر عينة الدراسة

	التكرار	النسبة
فعال	37	32.5%
متوسط	67	58.8%
ضعيف	10	8.8%
المجموع	114	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 58.8 بالمئة من افراد عينة الدراسة يرون ان دور المؤثرات في التسويق للمنتجات متوسط في حين 32.5 بالمئة من افراد العينة يعترون دورهم فعال ونسبة 8.8 بالمئة يرون ان دورهم ضعيف.

وبالتالي تدل هذه النتائج على أن أغلبية أفراد عينة الدراسة تنظر نظرة إيجابية نوعا ما نحو تسويق المؤثرات للمنتوجات والماركات رغم وجود بعض النقائص، ربما ذلك عائد إلى نقص خبرة المؤثرات في التسويق الالكتروني.

الجدول رقم 15: يوضح اذا سبق لعينة الدراسة شراء منتج بعد أن سوقت له بعض المؤثرات

	التكرار	النسبة
نعم	59	51.8%
لا	55	48.2%
المجموع	114	100%

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن نسبة 51.8 بالمئة من أفراد عينة الدراسة اشتروا منتج بعد أن سوقت له إحدى المؤثرات ونسبة 48.2 بالمئة لم يسبق لها شراء سوقت له المؤثرات.

وهذا تأكيد على النتائج الي جاءت في الجدول السابق (الجدول 14) التي تبين أن المؤثرات نجحوا إلى حد بعيد في عملية التسويق والتعريف بالمنتجات، وهذا ما يفسر توجه الشركات والماركات نحو هذا النوع من التسويق الحديث الذي أثبت فعاليته.

الجدول رقم16: يوضح إذا ما سبق لعينة الدراسة شراء منتوج بعد رؤية إحدى المؤثرات تستخدمه دون أن تسوق له

	التكرار	النسبة
نعم	43	37.3%
لا	71	62.3%
المجموع	114	100%

توضح نتائج الجدول أن 62.3 بالمئة من افراد عينة الدراسة لم يسبق لهم شراء منتوج بعد رؤية إحدى المؤثرات تستخدمه دون ان تروج له في حين نسبة 37.3 بالمئة اشتروا منتوجات استخدمتها المؤثرات ولم تسوق لها.

نستخلص من هذه النتائج ان افراد عينة الدراسة يفضلون التسويق المباشر للمنتوجات على حساب التسويق الغير مباشر، لكن هذا لا يلغي أهمية التسويق الغير مباشر عبر صفحات المؤثرات اذ أن نسبة 37.3 بالمئة ليست نسبة قليلة.

المحور 4: اتجاهات عينة الدراسة نحو المنتجات التي تسوق لها المؤثرات عبر صفحاتهن على الأنستغرام

العبارات	موافق		محايد		معارض		المجموع
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	لنسبة	
قبل شرائي لبعض المنتجات اخد بالاعتبار رأي المؤثرات فيه	54	47.3%	27	23.68%	33	28.94	114
طريقة مصف المؤثرات للمنتجات تكون بطريقة مبدعة وبسيطة	61	53.5%	32	28.07%	21	18.42%	114
ساهمت المؤثرات في تعريفي بماركات ومنتجات لم أكن أعلم بوجودها في السوق	88	77.1%	15	13.15%	11	9.64%	114
عادة ما تخلق طريقة عرض وتسويق المؤثرات	41	%35.96	24	21.05%	49	%42.9	114

للمنتجات الرغبة لدي في شرائها رغم عدم حاجتي لها							
المؤثرات يسوقن لبعض المنتوجات الرديئة فقط للحصول على مقابل مادي	68	59.6%	30	26.31%	16	14.03%	114
اثق دائما في الماركات التي تروج لها المؤثرات على الانستاغرام	12	10.5%	32	28.07 %	70	61.40%	114

نلاحظ أن نسبة 47.3 بالمئة من عينة الدراسة يأخذون بالاعتبار رأي المؤثرات في بعض المنتوجات قبل قيامهم بفعل الشراء، في حين عارض هذه العبارة 28.94 بالمئة من أفراد عينة الدراسة والتزمت نسبة 23.68 بالمئة الحياد.

نتائج هذه العبارة تدل على أن متابعي المؤثرات يتأثروا برأي المؤثرات حول المنتجات، وهذا يثبت فعالية العمل التسويقي الذي يقمن به المؤثرات.

كما نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن أغلبية أفراد العينة وافقوا على عبارة أن طريقة وصف المؤثرات للمنتجات تكون بطريقة مبدعة وبسيطة بنسبة 53.5 بالمئة، في حين 28.07 بالمئة التزموا الحياد ونسبة 18.42 بالمئة عارضوا العبارة نفسها.

وهذه النتائج تؤكد مرة أخرى على الدور الفعال الذي تقوم به المؤثرات في التسويق والتعريف بالمنتجات من خلال اعتمادهم على أسلوب بسيط، وبالتالي يكون أكثر فاعلية في اقناع جمهور المتابعين.

وتبين نتائج الجدول أيضا أن 77.01 بالمئة من أفراد عينة الدراسة وافقوا على عبارة أن المؤثرات ساهمن في التعريف بماركات ومنتجات لم أكن أعلم بوجودها في السوق، في حين التزمت نسبة 13.15 بالمئة الحياد كما أن نسبة 9.64 بالمئة عارضت العبارة.

نستخلص من هذه النتائج أن المؤثرات ومنصات التواصل الاجتماعي بصفة عامة والأنستاغرام بصفة خاصة أصبح منصة مناسبة لعملية التسويق والترويج للسلع، كما يعتبر ميدان خصب للوصول إلى زبائن جدد من خلال التسويق بالمشاهير أو بالمؤثرين.

توضح النتائج أعلاه أن نسبة 42.98 بالمئة عارضوا عبارة أن طريقة عرض وتسويق المؤثرات للمنتجات تخلق رغبة في شراء المنتج رغم عدم حاجتي له، في حين وافق على العبارة 35.96 بالمئة من المبحوثين.

وهذا يدل بأن المتابعين يرغبوا في شراء المنتجات التي يحتاجونها فقط ولهذا وجب على المؤثرات وكذا الشركات المنتجة أن تعرف طبيعة الجمهور المتابع لهن وحاجيات هذا الجمهور.

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية أفراد الدراسة يرون أن المؤثرات يسوقن لبعض المنتوجات الرديئة فقط لأنهم يحصلون على عائد مالي بنسبة 59.6 بالمئة، في حين نسبة 26.310 بالمئة التزموا الحياد اتجاه هذه العبارة، وعارضوها نسبة 14.03 بالمئة.

تبين نتائج هذا الجدول أن نسبة 61.40 بالمئة من أفراد عينة الدراسة عارضوا فكرة أنهم يثقون في كل الماركات التي يسوقن لها المؤثرات الجزائريات على الأنستغرام بينما 28.07 بالمئة التزموا الحياد اتجاه هذه العبارة ونسبة 10.5 بالمئة وافقوا عليها.

وهذا يثبت ما جاء في العبارة التي فوقها اذ أن أغلبية المبحوثين يرون أن المؤثرات يسوقن لبعض المنتوجات فقط ليحصلوا على عائد مادي، وأن المؤثرات يهتمن أكثر بمصلحتهن الشخصية على مصلحة المتابعين والجماهير.

نتائج الدراسة:

- بينت نتائج الدراسة أن الدوافع وراء استخدام موقع الأنستغرام هو الحصول على المستجدات والتطورات الحاصلة في مختلف المجالات، وبالتالي فالإنستغرام يعتبر مصدرا للأخبار.

- وضحت هذه الدراسة أن أكثر ما يستهوي المستخدمين على الأنستغرام هو أنه يوفر لهم فرصة للانفتاح على العالم.

- توصلت الدراسة إلى أن أخبار الموضة والأخبار الثقافية هي أكثر المجالات التي يتابعها المستخدمين على الأنستغرام.

- بينت نتائج الدراسة أن دوافع متابعة المستخدمين لحسابات المؤثرات على الأنستغرام هو الفضول لمتابعة أخبارهن ويومياتهن.

- بينت الدراسة أن أغلب المنشورات التي تستهوي المستخدمين على صفحات المؤثرات هي تلك الخاصة بالموضة والجمال.

- بينت الدراسة أن أغلب المستخدمين يتابعون المؤثرات على الأنستغرام عبر خاصية السطوري story.

- توصلت الدراسة إلى أن أغلب المستخدمين تساهم أحيانا المؤثرات في تحديد سلوكهم الشرائي.

- بينت نتائج الدراسة أن أغلب المستخدمين سبق لهم شراء بعض المنتجات بعد أن سوقت له إحدى المؤثرات على صفحتها.

- توصلت الدراسة إلى أن أغلب المستخدمين ساهمت المؤثرات في تعريفهم بماركات ومنتجات لم يكونوا يعلموا بوجودها في السوق.

- بينت نتائج الدراسة أن أغلب المستخدمين لا يثقون في كل الماركات التي تروج لها المؤثرات على صفحاتهن في الأنستغرام، لأنهن قد يفعلن ذلك فقط للحصول على عائد مالي.

قائمة المراجع:

1- لمزاهرة، منال هلال. (2014). *مناهج البحث العلمي*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

2- بدر، أحمد.(2008).علوم الإعلام البحث العلمي المناهج التطبيقات. القاهرة: دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع.

3- بشطولة، خديجة. تأثير تكنولوجيا الانترنت ودورها في تغيير الممارسات التسويقية. مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة.

4- بن مرسلي، أحمد.(2003). مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية

5- الحريري، خالد حسن علي.(2019). التسويق من خلال المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في أبعاد قيمة العلامة التجارية من منظور العملاء دراسة ميدانية على طلاب الجامعات في اليمن. المجلة العربية للتجارة. العدد 4.

6- محرم، محمد مصطفى رفعت. (2020). تقييم فاعلية أساليب التسويق التأثيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي. مجلة البحوث الإعلامية جامعة الازهر. العدد 55.

7- موريس، انجرس. ترجمة: بوشرف،كمال. سبعون، سعيد. (2006). البحث العلمي في العلوم الإنسانية. الجزائر: دار القصبة.

تمثلات الذات في مدونات الفيديو النسائية الجزائرية

دراسة تحليلية في تمثلات الذات من منظور إدارة الانطباعات لإرفينغ غوفمان

د. رحموني لبنى (جامعة أم البواقي)

Rahmouni.loubna@univ-oeb.dz

ط.د معمري هادية (جامعة أم البواقي)

الملخص:

تتزايد معدلات استخدام المرأة الجزائرية لمدونات الفيديو، خاصة في التدوين الشخصي، ونقل تفاصيل الحياة اليومية إلى الآخرين، والأمر مرتبط إلى حد كبير بالجاذبية الكبيرة التي تمتلكها منصات التواصل الاجتماعي خاصة المرئية منها، وقد جاءت هذه الدراسة للكشف عن التمثلات التي تحملها المدونات الجزائريات عن ذواتهن، وبالتالي تسويقهن لصورتهن عبر فيديوهات يتم نشرها من خلال اليوتيوب والأنستغرام، بلغ عددها في عينة التحليل 100 فيديو من 20 مدونة، بالاحتكام لنظرية إدارة الانطباعات لصاحبها إرفينغ جوفمان، وقد بينت النتائج أن المرأة المدونة في لجزائر تركز في بناء انطباعاتها عن ذاتها لدى جمهورها على معايير جمالية جسدية مع إهمال واضح للمعايير الأخلاقية، والتعليمية والتربوية.

الكلمات المفتاحية: إدارة الانطباعات، المدونات، مدونات الفيديو، المدوِّنات الجزائريات.

Abstact :

Algerian women's uses of video-blogs is increasing, especially in personal blogging, and the transfer of details of daily life to others, this is largely related to the great attractiveness of social media platforms, especially visual ones. This study came to reveal the representations that Algerian women bloggers have about themselves, Thus, they market their image through videos published on YouTube and Instagram, the number of which is in the analysis sample 100 videos from 20 blogs, by invoking the theory of impression management by its owner Erving Goffman.

The results showed that the women blogger in Algeria focus on building their self-impressions with their audience on physical aesthetic standards, with a clear neglect of moral, educational and pedagogical standards.

***Keywords** : self impression,blogs, vblogs, Algerian women bloggers*

1. المقدمة وطرح الإشكال:

لطالما استخدم الإنسان منذ وجوده على سطح المعمورة الوسائل الاتّصالية المختلفة للاتصال والتواصل وتوثيق اللحظات التي يعيشها، فكانت تلك اللحظات التي يتم الاحتفاظ بها عبر عدة وسائط، تساعده على رسم صورة عن ذاته، وتمثيل نفسه، ليوصل للآخرين تفاصيل حياته، وينبؤهم عن هويته، فمن الآثار التي لا زالت عالقة على أسطح الكهوف والمغارات، إلى اليوميات التي كانت تخبّأ في الأدراج للذكرى، وصولا إلى الصور الشخصية على الأنستغرام والسنابشات، وتحديثات الفيسبوك وقصصه، لا

زال الإنسان اليوم يعيش ثورات متتالية يؤرخ لها دائما بالطّفرات التي تحدثها الميديا في تفاصيل حياته، غير أنّ الاستثناء اليوم يحدث فعلاً بسبب القدرة التي منحتها مدونات الفيديو لمستخدميها لمشاركة تمثلاتهم الذاتية مع جمهور أكبر، أكثر من أي وقت مضى.

لقد أصبحت عمليات إنشاء المحتوى من قبل المستخدمين عبر مدوّنات الفيديو ، أو ما يطلق عليه ب: **Vlogs** من أكثر المحتويات شعبية عبر العالم، وفي المعنى تشير مدونات الفيديو إلى تلك المدونات التي يتم إنشاؤها في شكل مخالف للتدّوين النّصي، إذ يتم صناعة المحتوى فيها عن طريق التدوين بالفيديو، وتعتبر شكلا من أشكال **النشر عبر الإنترنت** ، وهي متاحة للجميع خاصة في ظل حرية وسهولة الوصول إلى الويب وأدوات إنتاج الفيديو البسيطة (مثل: جهاز كمبيوتر وكاميرا ويب أو شريحة الهاتف)، مع القدرات التي تمتلكها الهواتف النقالة لإنشاء محتوى ما ونشره، وفي الغالب يتم تأليف معظم تدوينات الفيديو من قبل الأشخاص العاديين، بالتركيز على المواضيع والقضايا الشخصية[1]، وهذه هو جوهر **الفلوجز** وأساسه.

من منظور النوع الاجتماعي، لا تشير الدّراسات إلى وجود اختلافات واضحة في استخدام الذكور والإناث لمدوّنات الفيديو، سواء كمتلقين أو كصنّاع للمحتوى من خلالها، بل على العكس من ذلك تثبت بعضها أنّ سطوة النساء على هذا المجال تلوح ملامحها في الأفق القريب، مع تنامي ظاهرة التدوين النسوي عبر اليوتيوب، إذ تُشير العديد من الإحصائيات إلى أن للمرأة حضور قويٌّ في عالم التّدوين، ففي فرنسا مثلا تمثل النساء يمثّلن 54% من المدونين، كما أن أغلب المدونين في المجال الأدبي هم نساء يستخدمن المدونات للكتابة الأدبية الصرفة، أو للنقد الأدبي، في حين توصلت دراسة أمريكية حديثة إلى أن تفاعل النساء على مواقع التواصل الاجتماعي- خصوصا المدونات- في ازدياد وتطور، حيث أنهنّ محور الأساس في الثورة الرقمية ومستكشفاتٌ للأنترنيت، كما أنّ نحو 56% منّ النساء البالغات يستخدمن شبكات التواصل للبقاء على اتصال مع النّاس، بينما تمثل نسبة الرجال المتفاعلين مع مواقع التواصل الاجتماعي 46 % [2].

وقد لا نجانب الحقيقة إذا قلنا أن المرأة في الجزائر – في ظل غياب إحصائيات جادة – تنافس الرجل منافسة شرسةً في عالم **الفلوجز**، إذ تشهد قنوات اليوتيوب ومنصة الفيديو عبر الأنستغرام خصوصا وبشكل لافت إنشاء قنوات وقصص لنساء جزائريات يشاركن تفاصيل حياتهم اليومية، وتجاربهن، وفق ما تمتلكن من مهارات خاصة، تسعى كل واحدة منهنّ إلى إيصالها للآخرين، من جمهورها المتابع، أو من المشاهدين بصفة عامة، وقد لا تمتلك بعضهن محتوى معين، سوى مكاشفة حياتها الخاصّة مع الآخرين، والحصول على المزيد من المتابعين، لأغراض مادية من جهة، وبهدف الشهرة من جهة أخرى، لكنها في الأثناء تساهم في بناء صورتها عن نفسها بواسطة استعراضها لتفاصيل حياتها عبر الفيديوهات، وتصنع بذلك تمثّلاتٍ عن ذاتها، قد لا تتوافق مع الحقيقة، إذ تثبت الدراسات أن الصورة التي تسوّق عن المرأة عموماً هي صور مفرطة في النمطية، رأسمالها الجسد، والمتعة البصرية، وهي النظرة المتأصلة تاريخيا، عن النساء عبر العصور، فلطالما ارتبطت التمثلات الذهنية للمرأة بالجمال والشكل الخارجي، حتى أضحت الوسائل الإعلامية وبعدها الوسائط الرقمية فاعلا أساسيا في بناء هذه التصورات [3].

إننا هنا ووفقاً لما سبق، نتساءل عن الأدوار الحقيقية التي تؤديها المرأة الجزائرية المدونة عبر اليوتيوب والأنستغرام خصوصا، في بناء تمثلاتها عن ذاتها، وعن النساء الجزائريات على العموم، من خلال طرح التساؤل الرئيسي:

ماهي أبرز ملامح تمثّلات المدوِّنات الجز ائريات عبر الفيديو (في اليوتيوب والأنستغرام) عن ذواتهنّ ؟

وتندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية، نفردها على الشكل التالي:

- ما هي أبرز القضايا التي تهتم بها المدونات الجزائرية عبر حساباتهن على اليوتيوب والأنستغرام؟

▪ماهي الاستراتيجيات المعتمدة من قبل المدونات الجزائريات عبر الفيديو من أجل إدارة انطباعات الآخرين عنهن؟

2. أهداف الدّراسة:

إن الهدف الرئيسي للدراسة الحالية هو تقديم رؤية استكشافية حول ظاهرة التدوين المرئي النسوي في الجزائر من منظور " إدارة الانطباع" لعالم الاجتماع الأمريكي إرفتغ جوفمان، والكشف عن السلوك الذي تتبعه بعض المدوّنات الجزائريات أثناء عملية خلق الانطباع عنهن لدى جمهور المتابعين، والذي يؤدي في النهاية إلى بناء تمثلاتهنّ عن ذواتهن، ما يغذي صوراً ذات أبعاد عامة عن المرأة الجزائرية بصفة عامة، ويندرج ضمن هذا العام أهداف فرعية حددت كالتالي:

- **الكشف** عن أبرز اهتمامات المرأة الجزائرية المدونة عبر اليوتيوب من خلال تحليل مضامين الفيديوهات الشهيرة على صفحاتهن على الأنستغرام واليوتيوب.

- **التعرّف** على أطر تقديم المرأة الجزائرية المدونة لذاتها عبر تطبيقي الأنستغرام واليوتيوب؟

- الوقوف على الاستراتيجيات التي تعتمدها المدونات الجزائريات – في العينة – من أجل إدارة الانطباعات عنهن عبر الفيديوهات التي ينشرنها عب اليوتيوب والأنستغرام

3. أهمية الدراسة:

- إذا تأملنا واقع الدراسات التي تستنطق المدونات المرئية النسوية في الجزائر، بل وحتى الذكورية منها، فإننا نجد أنها تكاد تكون منعدمة، ربما لجدة العّدة المفاهيمية والمنهجية التي يمكن تطويعها لخدمة وإنجاز هذا النوع من الدراسات، أو لحاجة هذه الظاهرة لمزيد من التموقع في واقع واستخدامات وسلوك التلقي لدى المستخدم الجزائري

أيضا، لهذا فإننا في هذه الدراسة، نحاول استكشاف ظاهرة التدوين النسوي من خلال مدونات الفيديو (Vlogs)، وتقديم رؤية تحليلية نقدية لأهم اتجاهاته، ومعالم الممارسة الاتصالية فيه، وكيف يتموقع في الفضاء السيبراني للمستخدم الجزائري.

- إضافة إلى ذلك فإن ظاهرة التدوين النسوي عبر اليوتيوب والأنستغرام باتت تمثّل مشهدا يوميّا يطبع تفاصيل الحياة اليومية للمتلقّي الجزائري، وسواء كان الأمر متعلقّا بالمرأة كقائم بالاتصال، أي صاحبة المدوّنة، أو بالمتابعين لقنوات نسائية وهم في العادة المستخدمون، من المعجبين أو من الفضوليين الذي يستهويهم التلصص على تفاصيل الحياة اليومية لهؤلاء النسوة، وفي كلتا الحالتين، نحن بحاجة إلى مسائلة هذه الظاهرة بعين البحث والتقصي، من أجل الكشف عن حقيقتها، وتمظهراتها في المجتمع.

- وربّما كان متغير بناء تمثلات الذات أهمّ متغير في هذه الدّراسة، باعتباره يحاولُ سبر أغوار الهوية الفردانية التي تتّخذها الصورة النهائية المنقولة عن المرأة الجزائرية عبر فضائها التدويني، الذي ينافس الفضاء الرجالي كمّاً، ويختلف عنه كيفاً، لهذا فإننا نسعى هنا إلى التعرف على منصات الفيديو لصاحباتها من الجزائريات، ودورها كوسيلة متعددة الوسائط تسمح للمرأة بسرد قصصها باستخدام الصوت والنص والموسيقى والصور - وبالتالي تقديم طرق جديدة لبناء وأرشفة التمثلات الذهني التي تحملها عن نفسها ، وبالتالي يمكن القول بأن الجهد العلمي الحالي يمثّل نقطة تقاطع بين متغيرّي الهوية والتكنولوجيا.

4. **الدراسات السابقة:** تمّ الاعتماد على ثلاث دراسات سابقة يمكن إدراجها على النحو التالي:

- دراسة بعنوان: **Identities in Flux: An Analysis to Photographic Self-Representation on Instagram**[4]

" الهويات المتدفّقة: تحليل لتمثلات الذات عبر التصوير الفوتوغرافي على تطبيق الأنستغرام"

سعت هذه الدّراسة إلى التعرف على استخدامات الصورة الفوتوغرافية كآلية لتمثيل الذات عبر تطبيق الأنستغرام، ومقارنة الاستخدامات التقليدية مع الممارسات الجديدة التي ظهرت على هذا التطبيق، إضافة إلى فهم الدوافع الكامنة وراء استخداماته ، مع التركيز بشكل خاص على وظائفها في بناء الهوية ، خاصة تلك التي تساعد على إنشاء تمثيلات ذاتية مرئية في بيئة الإنترنت، وقد أشارت الدراسة إلى أن بناء الهوية يفهم على أنّه أداء نشط ، حيث يكون كل مستخدم هو من يصنه هويته الخاصة ، ويخترع مفهوما لذاته في كل لحظة ينشر فيها صوره اليومية، ويعرضها على الآخرين عبر حسابه الشخصي.

وقد تمّ تطبيق منهجية تحليل المحتوى على عيّنة من حسابات 104 من المستخدمين بين ستني 2014/2013، ومن بين هؤلاء المستخدمين تم تحليل جميع الصور الثابتة (تم استبعاد جميع منشورات الفيديو، لأنها لا تتناسب مع الدراسة) الموجودة في حساباتهم، وقد بلغ إجمالي الصور التي تمّ تحليلها 11872 صورة، مع الأخذ في الاعتبار متغيّرات: العمر والجنس وموقع تواجد المستخدمين.

أما عن أهم النتائج فجاءت علة النحو التالي:

- إذا كانت التقنيات الرقمية وخاصة الشبكات الاجتماعية مثل الأنستغرام قد جلبت معها سلسلة من التحوّلات على ممارسة فنّ التصوير الفوتوغرافي كما عهدناها سابقاً ، إلا أن فن التصوير ذاته هو فنّ متجذر ذو أسس وممارسات متينة، وبالتالي فإن الجديد من التقنيات يفهم من خلال ممارسته على أنه استمرارية لتطورات التصوير الفوتوغرافي ذاته، ولا يوجد تعارض بين النماذج التقليدية في التصوير مع تلك التي يتيحها الأنستغرام، والأمر نفسه يمكن إسقاطه على توظيف الصورة في بناء تمثّلات الذات، وصورة المرء عن نفسه، وهو يساعد في تحقيق هذه الرغبة القائمة منذ القدم.

-يعتبر **تمثيل الذات** على وجه الخصوص كواحد من أهم وظائف الأنستغرام، كونه تطبيقٌ نشطٌ يستخدم بعناية لإنشاء نوع من السجلات اليومية وخلق أرشيف

التواجد اليومي للمستخدمين عبره، وتسجيل الأحداث عبر صفحاتهم. من خلال إنشاء مجلّد فوتوغرافي منتظم ومكثف، فمع نشر المستخدمين بشكل أسبوعي وأحيانًا على أساس يومي لصورهم، فإنهم يخلقون مفهومًا للهوية يؤكد على اللحظة الحالية.

- يقوم أصحاب الحسابات التي تم تحليل مضمون صورها الفوتوغرافية من أجل الكشف عن تمثلات الذات فيها، باختيار أوضاع التصوير والظهور عبر الكاميرا بعناية، وهم بذلك يتخلون عن العفوية، من أجل صورً أكثر بهرجة وإبهاراً، لجذب المتابعين، والتأثير فيهم، وهنا يظهر مفهوم الانتقائية، والذات الافتراضية التي لا تتماثل مع الذات الحقيقية في الواقع.

▪ دراسة بعنوان: **Impression Management within Instagram Stories: A Phenomenological Study**[5]

إدارة الانطباعات عبر قصص الأنستغرام (دراسة فينومينولوجية)

انطلقت هذه الدراسة من افتراض أن نمط إدارة الانطباع في استخدام قصص Instagramأصبح جزءا لا يتجزأ من المحتوى الذي تم تحميله، لتحقيق أعلى رضا ذاتي للمستخدمين وأقصى قدر من التأثيرات على المشاهدين وكذلك متابعيهم الافتراضيين، وهي تهدف إلى استكشاف استراتيجيات إدارة الدوافع والانطباع لمستخدمي قصص الأنستغرام ".Instagram Stories"، وقد أجرى أجرى الباحثون مقابلات مع 30 من المؤثرين على منصة الأنستغرام، والناشطين في مجال في تحديث محتوياتهم على ميزة **القصص**، كما أجريت مقابلات شبه منظمة للتعرف على خبرة المبحوثين ومستويات وعيهم في إنتاج محتواهم على الإنترنت كجزء من إدارة انطباعاتهم.

أما أبرز نتائج الدراسة فجاءت على النحو التالي:

- وفرت قصص الأنستغرام فرصة للمستخدمين للتحكم في المعلومات الخاصة بإدارة مرات الظهور والتفاعل مع المستخدمين،

- يستخدم المبحوثون العاطفة كإطار هام في تجربة السرد القصصي عبر الأنستغرام ويوظفون في سبيل ذلك مجموعة من الاستراتيجيات ومنها: مشاركة اللحظات العاطفية الشخصية، والتقارب مع الأصدقاء والعائلة والحيوانات الأليفة، كما يستخدمون مرارا شعارات "الرموز التعبيرية" المختلفة للتعبير عن مشاعرهم الحقيقية.

- تميّز عرض القصص عبر **الأنستغرام** – في عينة الدراسة –بالفكاهة وروح الدعابة، فقد اعترف جميع المبحوثين في الاستطلاع بأن قصص الأنستغرام كانت أكثر سلاسة وسلاما ومبعثاً للاسترخاء من التطبيقات الاجتماعية الأخرى، والتي غالبا ما كانت مليئة بالمناقشات السياسية وسوء المعاملة.

- دراسة بعنوان: **How May I Impress You? A Content Analysis of Online Impression Management Tactics of YouTube Beauty Vloggers**

كيف لي أن أبهرك؟ تحليل المحتوى لتقنيات إدارة الانطباع على الانترنت لمجموعة من مدوني الجمال عبر اليوتيوب[6]

هدف هذا البحث إلى التحقيق في كيفية استخدام مدوني الجمال على اليوتيوب لتكتيكات إدارة الانطباعات، بهدف نقل الصورة المقصودة عن ذواتهم في بيئة الإنترنت، وتمّ ذلك من خلال تحليل سلوكياتهم الذاتية حيث قام اثنان من الباحثين بتحليل مضمون مائة مقطع فيديو يتصدر اليوتيوب، لعدد من المدونين الذين استخدموا اللغة الإنجليزية كلغة عرض أساسية.

كشفت النتائج أنه عن انخراط المدونين في جميع الاستراتيجيات السلوكية الأربعة للعرض الذاتي (التعبيرات اللفظية ، والإشارات غير اللفظية ، والعروض المصطنعة ، والسلوكيات الانتقائية) في مقاطع الفيديو التي تم تحليلها، كما كانت الميزة المشتركة الشائعة لأعلى المدونات المرئية الرائجة هي أنها ذات محتوى غزير ومتنوع ، مما

يشير إلى أن المشاهدين يفضلون المحتوى أكثر من بنية وشكل المدونة، وفي الأخير أظهر معظم مقدمي العروض سمات شخصية منحرفة محبوبة، كما فضل المشاهدون مشاهدة المدونات بالدعائم الطبيعية وفي بيئات رقمية أبسط.

يشارك اليوم مستخدمو مدوّنات الفيديو في عملية بناء وتقديم أنفسهم وتكوين هويّاتهم عبر الإنترنت، وغالبا ما ينجحون في ضمّ مجموعات من المشاهدين على قنواتهم التي تتمحور فكرتها حول هذه الهويات، ويواصلون ممارسة أنشطتهم عبر الفيديو، من خلال الحوار والتعاون مع المشتركين من المعجبين والمتابعين، وبسبب الانتشار العالمي الواسع لليوتيوب ومنصات الفيديو المخصصة للتدوين.

5. **تحديد المصطلحات**: استندت الدّراسة على عددٍ من المصطلحات المفتاحية وهي:

تمثلات الذات: والمقصود بها، ذلك التكوين المعرفي المنتظم لكل التصورات والمدركات الشعورية الخاصة بالفرد وشخصيته ومجموع التقييمات الخاصة بهذه الشخصية، كما تشير إلى التصورات التي يكونها الفرد عن خصائص ذاته وعلاقاته مع الآخرين، والمظاهر المختلفة للحياة، مع القيم المترابطة بهذه الإدراكات.

كما أن المقصود بتمثلات الذات في هذا الدراسة تحديدا هو تلك الأحكام والانطباعات العقلية، سواء كانت قديمة أو متوارثة، إيجابية أو سلبية بكل ما تحمله من قيم وأبعاد مترابطة بهذه الإدراكات، وهي تلك الأحكام التي تلخص لنا صورة المرأة الجزائرية كما تعرضها مدوناتها عبر الفيديو

مدوَّنات الفيديو: تكشف العديد من المصادر أن أصل كلمة تدوين أو لفظ المدونات يأتي في اللغة العربية في عدة مواضع ليشير إلى عدة معاني ودلالات مختلفة: كدون بمعنى فوق، والديوان مجتمع الصحف، وهو فارسي معرب كما يقول أبو عبيدة ، وهو أيضا الدفتر يكتب فيه أسماء الجيش وأهل العطاء كما يقول ابن الأثير ودونه

تدوينا، جمعه ومعانيه خمسة الكتبة، ومحلهم، والدفتر وكل كتاب ومجموع الشعر وبالتالي يقترب معنى المدونة ودلالتها من شكلها البرمجي والتقني كونها تجمع بين ثنايا صفحاتها الالكترونية وفق المجال الذي تتيحه مواقع ومنصات الاستضافة عدد من المواد الإعلامية المتنوعة .

أما في اللغات الأخرى كالإنجليزية، الفرنسية وغيرهما من اللغات فيأتي معنى كلمة التدوين أو المدونات بتسميات أخرى غير ما هو شائع في كلمة blog بالإنجليزية أوblogue بالفرنسية ... وقد اشتق من كلمة blog اسم المدون blogger وblogging أو التدوين الذي يعني مصدر كلمة وفعل blog أي يدون كما ظهر أيضا مصطلح الفضاء التدويني، وتورد بعض المراجع أن أصل الكلمة مشتق من weblog بمعنى سجل أو كتب الشبكة وبالتالي فالكلمة أضافت العديد من الاشتقاقات وأثرت قواميس ومعاجم الإعلام والاتصال، إذ تعني كلمة blog في قاموس اوكسفورد "تسجيل شخصي للنشاطات والآراء داخل الحساب الذي يمتلكه الشخص في أي موقع من مواقع الانترنت[7].

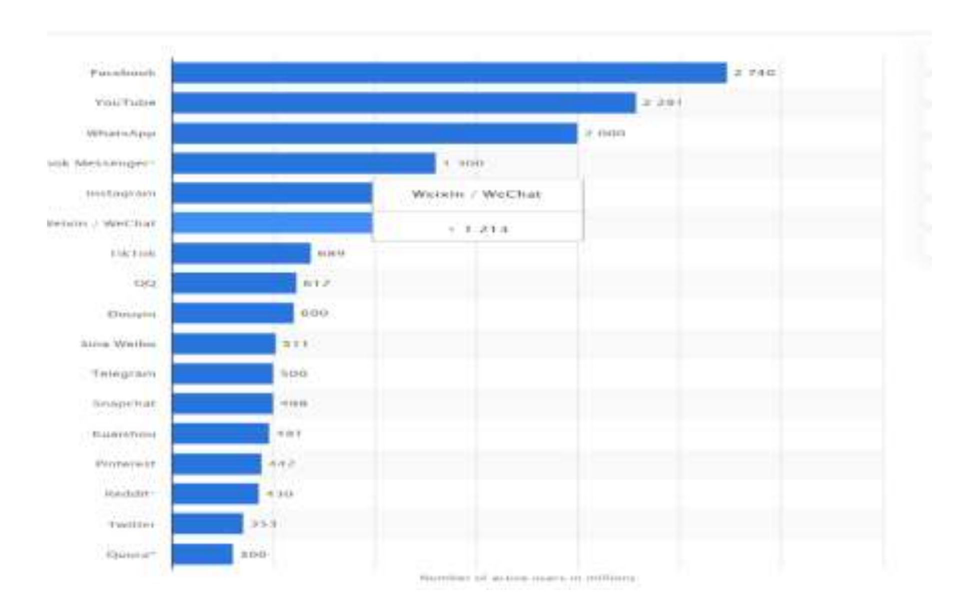
إن مدونات الفيديو هي شكل من أشكال الاتصال عبر الإنترنت التي يتم إنشاؤها بواسطة المستخدم، والتي تعمل كوسائط للتعليق الاجتماعي، أو كنشرات إخبارية بديلة، أو منافذ إبداعية، أو يوميات شخصية عبر الإنترنت حيث يتم توثيق الحياة اليومية للمدونين.

مدونات الفيديو إذن هي شكل من أشكال عرض الذات وتقديمها على الإنترنت ، والنمط الشخصي منها يطلق عليه الفلوقز توسع بدعم من مواقع التواصل الاجتماعي التي تدعم الفيديو، مثل اليوتيوب، في حين تتكون منشورات مدونة الفيديو من إنشاء مقطع فيديو شخصي، أو لحدث ما ، وتحميله على الإنترنت ، ونشره في منشور على المدوَّنة الخاصة بالفرد، ومع ذلك ، هناك تدوين شخصي لا يراعي هذه الخاصية انتشر في السنوات الأخيرة، حيث ينشئ الأشخاص مقاطع فيديو يقدمون فيها معلومات عن

سلع أو خدمات معينة، بطريقة الإشهار والتسويق، ومراجعة المنتج للتعريف بمزاياه للمتابعين من خلال الرد على تعليقاتهم واستفساراتهم[8].

ويعتبر اليوتيوب منصة الفيديو الأولى على الإنترنت في جميع أنحاء العالم ويبلغ عدد مستخدميه أكثر من 2 مليار مستخدم شهرياً[9] ، إذ يشاهد المستخدمون كل يوم أكثر من مليار ساعة من الفيديوهات ويحققون مليارات المشاهدات، وإذا تعلّق الأمر بالبث المباشر، فإن Facebook وSnapchat، اللذان يركزان على خدماتهما في البث عبر الهاتف المحمول هما من أكثر التطبيقات منافسة لليوتيوب في هذا المجال.

قَدَّم Facebook خدمة البث المباشر في أبريل2016, وحتى اليوم تم نقل أكثر من 3.5 مليار مقطع فيديو عبر هذه الوسيلة. إذا تم تقسيم هذا الرقم على مدار العامين الأخيرين، فهذا يعني أنه يقابل 4،794،520 بث فيديو يومياً، و 199،771 في الساعة، و



3،329 في الدقيقة حول العالم، كما قامت Instagram Stories بمضاعفة أعداد المستخدمين بسرعة منذ إطلاقها في أوت 2016. تنص Statista على أن عدد المستخدمين

اليومي لـ Instagram Stories (قصص انستغرام) قد زاد من 100 إلى 300 مليون في غضون عام واحد. بحلول يوليو (تموز) 2018، ارتفع العدد مرة أخرى إلى 400 مليون.

الشكل رقم 1 (تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما خلال جانفي 2021)المصدر[10]:

• Most used social media 2021 | Statista

يخلط كثيرون بين مطلح الفلوج vlog والبلوج blog معتقدين أن المصطلحين يشيران إلى معنى واحد، لكنهما في الحقيقة مختلفان:

- فالفلوج**Vlog** هو تدوين يقوم على المحتوى المرئي، أي باستخدام الفيديو والمؤثرات الصوتية والبصرية كذلك، ويقوم صانع المحتوى المرئي هذا بمشاركة الفلوج بعد إنتاجها على أحد مواقع مشاركة مقاطع الفيديو مثل اليوتيوب والأنستغرام.

وهناك أنواع عديدة من المدوّنات المرئية التي تختلف باختلاف الموضوع الذي تتناوله، فمنها ما يركز على الرياضة، ومنها ما يتخصص في الموضة والأزياء، والبعض الأخر يتناول الطبخ وإعداد الطعام، إلا أن النوع الأشهر من بينها والذي قامت عليه في الأساس الفلوجز هو مشاركة المدون أحداث يومه مع جمهوره ومتابعيه.

- أما البلوجBlog فهو شكل آخر ونوع مختلف من التدوين، فهو النوع الذي يعتمد على المحتوى النصي المكتوب وليس المرئي أو الصوتي حتى، وأول ما عُرف مصطلح البلوج كان يُشار به إلى المواقع أو المدونات الإلكترونية التي بدأ أصحابها بإنشائها من أجل مشاركة يومياتهم وأفكارهم وآرائهم المختلفة مع جمهور واسع من القراء، ليس فقط بلدانهم، بل من مختلف دول العالم عبر الانتشار الواسع للشبكة العنكبوتية.

إذًا كلمة بلوج Blog يمكن إطلاقها على المواقع الإلكترونية التي تقدم محتوى رقمي عام أو مخصص، أو يعبر فيه أصحابها عن آرائهم السياسية والثقافية والاجتماعية، ويشاركون فيها خبراتهم وتجاربهم الحياتية مع المستخدمين.

وفي نفس الوقت تُطلق على المقالات الرقمية التي تعتمد على المحتوى النصي المكتوب، والتي قد يُرفق خلالها مقاطع فيديو أو مقاطع صوتية، إلا أنها في الأساس تقوم على النص وليس الفيديو أو مقاطع الصوت.

- **إدارة الانطباع**: نعني بها أساسا نظرية *إدارة الانطباع* التي شاعت من قبل عالم الاجتماع الأمريكي Erving Goffman ، كنظرية أساسية في تحليل الدوافع والانطباعات الخاصة بالأشخاص في تفاعلاتهم الاجتماعية المختلفة، ويرتكز مفهومإدارة الانطباع على عدّة أسس منها" العرض الذاتي أو تمثلات الذات (Self Representation). وتمثلات الذات نقصد بها هنا الأنشطة التي تقوم بها المدوِنات الجزائريات عبر اليوتيوب والأنستغرام من أجل توليد تعريف ظرفي وهوية اجتماعية لهنّ وعرضها على جماهيرهن من المتابعين، وهذا التعريف الظرفي يؤثر على تنوع التفاعلات بين أطراف العملية التواصلية (المدوِّنة/ الجمهور/ مضمون الفيديو في المدوَّنة)

6. الإجراءات المنهجية للدراسة:

تمثّلت أهم إجراءات المنهجية للدراسة الحالية فيما يلي:

جدول رقم 1: منهجية البحث المعتمدة:				
تساؤلات الدراسة	**منهج الدراسة**	**أدوات جمع البيانات**	**العيّنة**	**الموقع ومدّة البحث**
- ما هي أبرز القضايا التي تهتم بها المدونات الجزائرية عبر حساباتهن على اليوتيوب والأنستغرام؟	دراسة وصفية/ بأسلوب المسح بالعينة	استمارة تحليل المضمون	عينة قصدية	الجزائر
- ماهي الأساليب المعتمدة من قبل المدونات الجزائريات عبر الفيديو من أجل إدارة انطباعات الآخرين عنهن؟		فئات التحليل: فئة الموضوع نوع المنصة مدة الفيديو أسلوب العرض	اليوتيوب: 10 قنوات الأنستغرام 10 حسابات	خلال الفترة ما بين 1 جانفي إلى 25 جوان 2021
		وحدات التحليل	عدد الفيديوهات في الإجمالي=**200**	

7. الإطار النظري للدراسة:

استندت هذه الدراسة في بنائها النظري على اتجاهين أساسيين هما مسار التدوين في المنطقة العربية، ونظرية إدارة الانطباعات للأمريكي إرفينغ غوفمان

- مسار التدوين النسوي في المنطقة العربية:

تشير الإحصائيات إلى أن ظاهرة المدوّنات تتطور وفق نسق جنوني، وتقول مؤسسة "تيكنوراتي Technorati" المتخصصة في الدراسات حول المدونات، أن مدوّنة جديدة تنشأ كل دقيقة، وأنه كل يوم يتمّ نشر أكثر من 1.2 مليون مقال، كما تحقق بعض المدونات أرقام زيارة مرتفعة تضاهي أرقام المواقع الإعلامية الكبرى، في حين تتراوح الأرقام بين 30 مليون، و100 مليون مستخدم[11].

تزايدت شعبية التدوين في التسعينيات من القرن الماضي، بعد انتشار البرمجيات المجانية المتخصصة في ذلك مثل موقع بلوجر(Blogger) ولايف جورنال(Live Journal) وويب بلوجر(Weblogger)، مما أتاح للأفراد إمكانية الوصول إلى الأنترنيت بكل سهولة ويسر، ويمكن القول بأن نشأة المدونات مرت بثلاث مراحل رئيسية:

المرحلة الأولى: انطلت في منتصف التسعينيات مع المدوّن الأمريكي جورج بار غرفي عام 1994، والذي كان وراء نشر فضيحة مونيكا لوينسكي، السكرتيرة الخاصة بالرئيس الأمريكي السابق بيل كلينتون سنة 1994.

المرحلة الثانية: وهي مرحلة الولادة الحقيقية للمدونات وانت بعد أحداث 11 سبتمبر 2001، وفي هذه المرحلة دخل الصحفيون إلى معترك التدوين، وبدأت المدونات تكتسب شيئا فشيئا قدرتها، كما كان غزو العراق سنة 2003 سبباً آخر لانتشار المدونات، في حين أطلق عليها البعض اسم " مدونات الحرب العنصرية"، ومنذ ذلك الحين انتشر التدوين وأصبح وسيلة اتصال شعبية ومؤثرة.

المرحلة الثالثة: وهي مرحلة النضج، ومؤشراتها بدأت في النصف الثاني من العام 2004، حيث تحول التدوين إلى ظاهرة عالمية، وانتشرت أكثر بداية من العام 2005 [12].

في دراسة أجراها مولينو وآخرون عام 2008، قاموا من خلالها بفحص "الاستخدامات المحتملة لمقاطع الفيديو التي ينشئها المستخدمون من طرف النساء، وكيف تنشئن مدونات فيديو خاصة بهن، ومجالات استخدامهن لها كذلك، وقد بيّنت نتائج الدراسة أن عدد المدونين الذكور أكبر من المدونات من النساء ومع ذلك، فإن النساء اللائي تنشئن مدونات فيديو على أساس منتظم "تملن أكثر إلى مدونة فيديو تكون شخصية أكثر من المدونين الذكور، كما أن المزيد من النساء أنشأن مدونات فيديو تفاعلت مع مجتمع اليوتيوب "[13].

كما قام هانز وآخرون (2011) بتحليل الأداء عبر الإنترنت بالتركيز على النوع الاجتماعي والاختلافات بين الذكور والإناث في مساحات العرض والتلقي عبر الن، وقد وجد هؤلاء الباحثون أن التكنولوجيا والإنترنت على وجه التحديد تعمل كمساحات يهيمن عليها الذكور، ويرجع ذلك جزئيًا إلى حقيقة أن المرأة تاريخيًا وثقافيًا ارتبط أداءها بالأعمال المنزلية ، مما يعني أن حاجتها إلى تعلم المهارات التقنية لم تكن أفضلية، ووفقًا لذات الدراسة ، فإن بعض الاتجاهات الفكرية النسوية تحاجج بأن التكنولوجيا تضطهد وتستثني النساء بسبب تحيزها الذكوري، وقد بيّنت العديد من الدراسات أن التدوين يُنظر إليه على أنه تقنية جنسانية تهمش النساء ، وبسبب ذلك فإن المرأة قد اتجهت إلى استخدام المدونات لا سيما المرئية منها، لتجعل منها وسيطاً للأداء الأنثوي[14]، فتسوق للمرأة ومكانتها وأدوارها في المجتمع، وتتعمق في المساحات المهمشة من أدوارها، تلك التي غيبها الرجل، ومنطق الهيمنة الذكورية[15].

- نظرية إدارة الانطباعات لجوفمان:

إننا نعيش اليوم في عالم انتقلت تفاصيل واقعه إلى البيئة الرقمية، بفضل تطور الأنترنيت وما نتج عنها من ثورات في عالم الاتصال والتواصل، لا سيما في مجال

العلاقات الاجتماعية، التي اتّخذت منحنيات جديدة في تطور مسارات التفاعلية بين الناس، فكثيرا ما يتم بدء العلاقات والحفاظ عليها عبر منصات التواصل الاجتماعي، ومنصات التدوين على اختلافها، وقد اكتسب تكوين وإدارة الانطباعات عبر الإنترنت أهمية بالغة، وأصبح موضوعاً دسماً للعديد من الدراسات.

إن إدارة الانطباع في مفهومها هي عملية واعية يحاول فيها الناس التأثير على بناء صورتهم، وهم يفعلون ذلك من خلال التحكم في المعلومات المقدمة في وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات التدوين الرقمي وإدارتها أيضا، إيمانا منهم بأنّ عرض الهوية الذاتية عبر هذه الوسائط هو مفتاح النجاح أو الفشل (على سبيل المثال في النشاط التسويقي الربحي).

وقد قدّم **إرفنج جوفمان** نظريته الشهيرة في إدارة الانطباعات منذ نهاية الخمسينيات من القرن الماضي، ويطلق عليها أيضا النهج أو النموذج الدرامي وهي عبارة عن **وسيلة لتفسير التفاعل الاجتماعي** التي تقترح فيها الفكرة أن كل التفاعل هو أداء أو دور ممثل تجاه الآخر أو المراقبين المحتملين، التفاعلات الاجتماعية وهيكلنا الاجتماعي ليست أكثر من تمثيل الأدوار التي استوعبناها بحيث تصبح في نهاية المطاف جزءًا من هويتنا الخاصة.

في أي موقف اجتماعي يقوم به الناس، يتم تفسير نوع من الدور، والذي سيتغير اعتمادًا على السياقات التفاعلية، حيث يُظهر الشخص نوعًا معينًا من المعلومات عن نفسه وفقًا للوضع والنية، مع استفزاز إجابات مختلفة وفقًا لكيفية تفسيره من قِبله. كما هو الحال في المسرح، في **كل التفاعل، توجد حدود سلوكية محددة مسبقًا**، نصي لتفسير قبل الآخرين.

الفكرة الأساسية لهذا النموذج هي ذلك **يحاول الإنسان السيطرة على الانطباع الذي يولده في الآخرين** من التفاعل من أجل جعل هذا الانطباع أقرب إلى

نفسك المثالي. في كل جهة اتصال، يتم تمثيل مخطط للأفعال، يمكنك من خلاله التعبير عن وجهة نظرك فيما يتعلق بالواقع والتفاعل أثناء محاولة تعديل التقييم الخارجي..

النموذج الدرامي لإيرفينج جوفمان **جزء من مفهوم التفاعل الرمزي**، التي تؤثر فيها العقلية والظّرفية على أداء السلوك وبناء النفس من بناء ونقل المعاني المشتركة في اشارة الى الرموز المستخدمة في السياق التفاعلي[16].

في الدراسات الثقافية والإعلامية، يشير مصطلح **تمثلات الذات** إلى الممارسات التي يسعى صاحبها إلى خلق مضمون رمزي في النصوص الإعلامية التي ينتجها، بالاعتماد على خيارات واعية، يسعى من خلالها إلى مشاركة صورته عن نفسه مع الآخرين، وفي الغالب، تكون خياراته واعية، لكنه قد ينقلها أيضا دون أن يكون واعيا.

ويشير **جوفمان** (1959) في هذا الصدد إلى أنّ الناس يقدمون أنفسهم بشكل مختلف في مواقف اجتماعية مختلفة، وهو يشبّه التفاعلات بين الناس في العالم الحقيقي بما يشبه العمل على خشبة المسرح، حيث تكون لدينا مرحلة للأداء وهناك أيضا مرحلة "ما وراء الكواليس" أين يتوقّف الأفراد عن الأداء، ويؤكد على أن مر حلة "ما وراء الكواليس" هو المكان الذي يتم الكشف فيه عن الذّات الحقيقية للمرء، لأنه لا يوجد جمهور[17]، وعلى هذا الأساس يمكن النظر إلى مدونات الفيديو النسوية في الجزائر كمراحل عرض مسرحي عبر الوسائط المتعددة، ونحاذر في الطرح حيال ذلك، فإذا كانت عناك مرحلة تعرض فيها النساء الجزائريات تصوراتهن عن ذواتهن وعن المرأة الجزائرية عموما عبر الفيديو، فهنالك أيضا مرحلة ما قبل العرض "backstage"، ما يجعل عرض الذات هنا مبنيّ عمدا، ليكون كمرآة لمنشئات المحتوى المرئي.

يجادل **جوفمان** إذن بأن الأفراد يحاولون السيطرة على/ أو توجيه انطباعات الآخرين عن طريق التّلاعب والإعداد المسبق للأفعال والمظهر والسلوك. وفقا لليري وكوالسكي فإن هناك عمليتان رئيسيتان في إدارة الانطباعات، **أولا** ، هناك دوافع خلق الانطباع (عندما يصبح الناس دوافع للمشاركة في سلوكيات معينة، أي: عرض الذات أو

العرض الذاتي، أما العملية الثانية لإدارة الانطباع فهي **بناء الانطباع**: وتستهدف فهم الطريقة التي يختار بها الناس(صراحة) **الانطباع** الذي يريدون تثبيته، ويقررون وفقاً لذلك الطريقة التي سيستخدمونها لبنائه، وقد أسهب الباحثون في شرح عدد من أساليب بناء الانطباعات، فعلى سبيل المثال، يناقش ليري (**1995**) : الأوصاف الذاتية، والبيانات الموقف، والجماعات الاجتماعية، والخداع[18].

في هذه الدراسة نركّز حصرا على العملية الثانية والخاصة ببناء الانطباع، من أجل استكشاف ملامح بناء الذات وتمثلاتها في مدوّنات الجزائريات المرئية عبر تطبيقي اليوتيوب الأنستغرام، كما تمّ اختيارهما في العيّنة، لسببين رئيسيين: الأول هو كون هذه الدّراسة تتجه إلى دراسة المضمون، ولا تسعى لاستكشاف الدافع الطي يستلزم دراسات ميدانية لم يسعنا المقام للقيام بها، والثاني هو انطلاقنا من مسلَّمة أنّ مدونة الفيديو تمثّل نقطة التقاء حيث تقدّم المدوِّنة نفسها للجمهور، وقنوات الفيديو عبر الأنستغرام واليوتيوب والتيك وغيرها تمثلّ الهوية البصرية لصاحباتها، فعندما يفتح المستخدم لأول مرة قناة واحدة منهنّ، يلجأ إلى استكشاف الموقع ومقاطع الفيديو الخاصة بها، ليطور فيما بعدُ انطباعاته عن صاحبتها.

8. مناقشة نتائج الدراسة:

1- أبرز اهتمامات المدونات الجزائريات عبر الفيديو:

جدول رقم () يمثل أبرز اهتمامات المدونات الجزائريات عبر اليوتيوب والأنستغرام

المؤشّرات	التكرار	%	الترتيب
فنون الطبخ	15	7.5	8
المرأة والجمال والموضة	120	60	1
الرياضة	61	30.5	3
الديكور والأزياء	54	27	4
الرحلات والأسفار	12	6	9
الصحة واللياقة	74	37	2
DIY اصنعها بنفسك	23	11.5	7
تربية الأبناء	39	19.5	5
التعليم	05	2.5	10
التنمية البشرية	37	18.5	6
مجموع الفيديوهات	200		

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى تفوق واضح للمواضيع ذات العلاقة بالمرأة والجمال والموضة في مضامين الفيديوهات التي تم تحليلها من الدونات النسائية في العينة، حيث جاء هذا الموضوع متكررا في 60 % من الفيديوهات في العينة، واحتلت

مواضيع الصحة واللياقة، والرياضة المرتبتين الثانية الثالثة على التوالي، إذ تكرر ورودها في ما نسبته 37، و 30.5% على التوالي، في حين احتلت المواضيع التعليمية المرتبة الأخيرة، فلم يرد ذكرها إلا في 2.5% من المضامين في العينة، وتؤشر هذه المعطيات إلى مجالات اهتمامٍ واضحة للمدونات النسائية الجزائرية الشخصية ويأتي على رأسها:

- الجمال والموضة:

إذ تكشف مضامين الفيديوهات التي تم تحليلها، عن تركيز مفرط على المواضيع المتعلقة بالمرأة والجمال والموضة ما يطرح تساؤلات حول صناعة صورة الذات وفق هذا المعيار، وما يمكن أن ينتُج عنه من آداء عام للذات وتكوين الهوية، ومدونات المرأة والجمال والموضة غالباً ما تدور حول مركزية الموضة في حياة صانعات المحتوى الجزائريات، والجمهور من مستهلكي الفيديوهات الرقمية المحتملين، على اعتبار أن أغلب المتصدرات للترند الجزائري في مجال التدوين بالفيديو عن من الممثلات والفنانات والمذيعات، ومحترفات الماكياج... وهي تتضمن: اتجاهات الموضة، استشارات في نمط الأزياء، والممارسات اليومية المتعلقة باللّباس وطقوسه، وتعرض على أنها ممارسات شخصية يومية للمرأة المدونة، كما أن لها – على وجه التأكيد- امتدادات في الظروف الاجتماعية والنفسية المتعلّقة بها، وتعتمد المدوّنات الجزائريات عبر اليوتيوب والأنستغرام في هذا الصدد على رواية قصصهنّ وتجاربهنّ الخاصة في هذا المجال، وتقمن بالتقاط صور لهنّ في ملابس تساير الموضة، موجهة للنساء بالخصوص، إضافة إلى تعليمهن فنون الماكياج، والتجمّل والتجميل، والأمر أشبه ما يكون بالمجلات النسائية في الصحافة الصفراء، حيث الجمال الطاغي، والجسد والبهرة هي أسس التسويق، ومعيار الوصول للجماهير.

المؤثرات وصانعات محتوى الفيديو الشخصي في الجزائر:

يطلق على هؤلاء النسوة من المدوِّنات –في الجزائر كما في غيرها من بلدان العالم- اسم "**المؤثر الاجتماعي**" أو "**المؤثر الجمالي**"، وهما المصطلحين اللذين دخلا

المعجم الشّعبي خلال العقد الماضي حين أصبح اليوتيوب شائعا بشكل متزايد، ويمثل المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي (SMIs) نوعًا جديدًا من المؤيدين المستقلين للعلامات التجارية، الذين يشكلون مواقف الجمهور من خلال المدونات والتغريدات واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى[19]، على الرغم من أن بعض الباحثين ينظرون إلى المؤثرين الاجتماعيين على أنهم منافسون حقيقيون للمؤسّسات والشركات، يدرك الآخرون إمكانية إقامة تحالفات مع هذا النوع من المدونين لتعزيز العلامة التجارية أو المؤسسات، وبسبب القوة المقنعة للمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، تم تطوير تقنيات لتحديد وتتبع المؤثرين ذوي الصلة بالمنتوجات التي لها علاقة بالأزياء والماكياج وكل احتياجات المرأة من أجل أن تبدو في شكل أجمل وأبهى، فيعمد أصحاب الشركات والمؤسسات ذات الصلة إلى الاعتماد على المؤثرات الجزائريات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وعبر مدونات الفيديو خاصة، من أجل التسويق لمنتوجاتهم، والوصول إل أكبر قدر من الجماهير، لا سيما إذا كان الجمهور ذاته من النساء، حيث تزيد النزعة الاستهلاكية في المواد التجميلية، والأزياء والموضة، وتعمل غالبية هؤلاء المدونات بعقود مقابل الترويج لمنتجاتها.

ب- أين تعرض هذه المضامين/ مدة الفيديوهات:

	فيديوهات اليوتيوب	منصة المشاهدة للأنستغرام	مج	فيديوهات قصيرة	فيديوهات متوسطة	فيديوهات طويلة	مج
ك	110	90	200	95	71	34	200
%	55	45	100	47,5	35,5	17	100

تكشف مضامين الجدول أعلاه عن تفوّق طفيف لليوتيوب على حساب الأنستغرام في عدد الفيديوهات التي تمّ رصدها خلال فترة التحليل55 % مقابل 45%

للأنستغرام، وهو مؤشر واضح على صعود الأنستغرام، الذي بات ينافس اليوتيوب منافسة شديدة في حجم المتابعة والانتشار في الجزائر خاصة في السنوات الأخيرة وهذا نظرا لما يتمتع به من ميزات زادت من شعبيته وانتشاره، وعلى الرغم من أنه يحتوي على مجموعة متنوعة من الميزات، إلا أن واجهته تسمح بشكل عام للأفراد الذين أنشأوا حسابات مجانا بتحميل الوسائط - الصور ومقاطع الفيديو على حد سواء، ويمكن للمستخدمين بعد ذلك تحرير الوسائط التي يقومون بتحميلها باستخدام الفلاتر وتنظيمها بمعلومات الموقع وعلامات التصنيف (كلمة أو عبارة تسبقها علامة تجزئة تستخدم بشكل أساسي على منصات وسائل التواصل الاجتماعي لتحديد المشاركات حول موضوع معين).

يمكن للمستخدمين أيضاً جعل ملفاتهم الشخصية عامة أو خاصة؛ الفرق هو أنه مع ملف تعريف عام ، يمكن عرض صور / مقاطع فيديو المستخدم من قبل كل مستخدم آخر ، في حين أنه مع ملف شخصي خاص ، يمكن للمستخدمين الموافقة على من يريدون أن يكونوا قادرين على عرض مشاركاتهم، ويمكن لمستخدمي هذا التطبيق أيضا تصفح صور ومقاطع فيديو المستخدمين الآخرين من خلال البحث عن علامات التصنيف ، إضافة إلى الانتقال والتفاعل مع صور ومقاطع فيديو المستخدمين الآخرين من خلال النقر على الأزرار التي تسمح لهم ب "إبداء" مشاركة أو إضافة تعليق نصي إلى منشور وعندما "يتبع" مستخدم مستخدما آخر، فهذا يعني أنه يضيف صور المستخدم ومقاطع الفيديو الخاصة به إلى صفحته.

ورغم الميزات سالفة الذّكر إلا أن " قصص الأنستغرام **IGTV** " هي اليوم واحدة من الميزات الأكثر شعبية في التطبيق، فباستخدامها يمكن للمدونين نشر الصور ومقاطع الفيديو في خلاصة منفصلة من المحتوى داخل التطبيق، وهذه الأنواع من المشاركات قابلة للعرض من قبل مستخدمين آخرين لمدة 24 ساعة بعد وقت النشر الأصلي، ووفقا

لإنستغرام، فقد استخدم 500 مليون شخص قصص الأنستغرام كل يوم في عام 2020[20].

في الحقيقة لا يمكن أن نتخطّى عتبات الحديث عن الأنستغرام دون الخوض في المبدأ الذّي تأسس من خلاله هذا التطبيق الذي يرتكز على استعراض الجمال والبحث في مقوّماته الظاهرية، بدءً من اعتماده على الصورة أساسا وتقديمه للفلاتر التي تسهم في تحسين جودة التصوير وتزيدها جاذبية، وتنتهي بالتركيز المفرط على المرأة والاستعراض الجسدي على حساب المقومات والمضامين الأخرى.

وتكشف الفيديوهات التي تم تحليلها عن تأثر المدونات الجزائريات بالطريقة التي يحاول التطبيق ذاته فرضها على المستخدمين، إذ تساير معظمهنّ سير القصص فيه، فتتعرضن إلى الكيفيات التي ندير بها حياتنا وننظم من خلالها بيوتنا، ونهتم إلى أدق التفاصيل التي تضفي الجمال على حباتنا اليومية، حتى الطرق التي نتناول بها أكواب القهوة، إلى عرض وجهاتنا وتنقلاتنا السياحية، وفي هذا الصدد تشير الأكاديمية **سارة فرير Sara Frier** في كتابها الشهير « **The inside Story of Instagram** » **No Filter** إلى أن هذا التطبيق يقدّم للمستخدمين باستمرار صور حياة جذابة بصريا ويستعرض الهوايات التي يفضلونها، لقد أجبر الأنستغرام الناس على "جعل حياتهم جديرة بالنشر بشكل متزايد"، إذ صارت التفاصيل المهملة في يومياتهم ذات مكانة عالية من الاهتمام، وتشير إلى الكيفيّة التي أصبح من خلالها وقتٌ الفراغ رمزا **للمكانة** - وكيف أثر تدريجيا على الاقتصاد وعالم التسويق ، حيث بدأ الناس يستحسنون تجربة المنتجات التي شاهدوها عبره ومن خلال النجوم المفضلين على السوشيال ميديا، تقول **فرير** إن المزيد منا الآن مثلا "يتابعون العطلات الأسبوعية في بيئات أكثر روعة"، ويرجع ذلك جزئيا إلى أن الصّور التي تم التقاطها في تلك المواقع تبدو رائعة على التطبيق...

وليس فقط حياتنا التي يجب أن تبدو مثيرة للاهتمام على الانستغرام – بل وجوهنا أيضا، فقد ازدهرت شعبية تطبيقات تحرير الصور، مثل **Facetune** الذي

يعمل على تصغير حجم الأنف وتنحيف الخصر وإخفاء البقع بمساعدة أدوات التحرير الرقمية (قال أحد جراحي التجميل **لفرير** إن عملائه يسعون الآن إلى تعديلات مستحيلة التحقيق مستوحاة من التطبيق)[21].



ج- نوع الأساليب التي يتمّ الاعتماد عليها:

	الأسلوب الجاد	الأسلوب الفكاهي	أسلوب الإيحاءات الجنسانية	الأسلوب ترويجية
ك	44	26	41	89
%	22	13	20.5	44.5
مج	**200**			

من خلال مضامين الجدول أعلاه يتّضح هيمنة الأساليب الترويجية على الفيديوهات التي تشاركها المدونات الجزائريات عبر قنواتهن على اليوتيوب وصفحاتهنّ على الأنستغرام، حيث تتجه أغلب المدونات (44.5%)



إلى تسويق منتجات الشركات المختلفة لا سيما ما تعلق منها بأدوات التجميل وباللباس والموضة، وكل ما له علاقة بالجمال والصحة، بل إن البعض منهنّ" تمتلك ماركات خاصة بهن، بل ومواقع إلكترونية للتسوق، مثل موقع https://amirariaa.com

وهو موقع يضم ماركات خاصة بالمدونة ذاتها، التي تستخدم مدونتها الخاصة على اليوتيوب وعلى الأستغرام وكذلك موقعها الالكتروني منذ سنوات في الترويج للسلع والخدمات بمقابل مادي، وقامت بإنشاء ماركات خاصة بها للمنتوجات النسائية (العباءات والأوشحة)، وتقدّم المدونة مجموعتها التجارية على النحو التالي:

"**مجموعة أميرة ريا** هي علامة تجارية جزائرية متخصصة في الأوشحة والعباءات. أنشأتها أميرة رياش، منشئة محتوى عل اليوتيوب، ومؤثرة وممثلة رئيسية في العالم الرقمي في شمال أفريقيا.

المجموعة مستوحاة من المرأة الجزائرية الشجاعة والجميلة والواثقة. وهي موجهة إلى مجتمع كبير من النساء العصريات اللواتي يعشن أسعد حياتهن في القرن الحادي والعشرين، مجموعة أميرة ريا "أميرة ريا" تقدم كل أناقة المرأة الجزائرية في متناول يدك، الجودة والأصالة والاتجاه هي أولويات العلامة التجارية لإرضاء ال" **أميرة**" التي في داخلك، كل قطعة لها تاريخها وهويتها وخصائصها الخاصة، فهي تنتقل عبر الجزائر ولكن أيضا عبر الزمن"

في المقابل نلاحظ تصاعدا للمضامين الجنسانية، ذات القيم الهابطة، والمضمون المبتذل (20,5%)، وهي المضامين التي تحظى بشعبية واسعة ونسب مشاهدة عالية، وتفاعل رهيب، وتظهر تحديدا في مدونات المتحولين جنسيا، من الذكور إلى النساء،

■ من "النسوية السلعية" إلى "ما بعد النسوية":

أشار روبرتس (1998) إلى أنه منذ القرن التاسع عشر، بدأت المرأة في أوروبا والعالم تضطلع بأدوار مزدوجة في الثقافة الاستهلاكية المتطورة عن النزعة الصناعية[22]، إذ استخدمت هذه المرأة كمستهلكة وكسلعة، ولا يزال الأمر كذلك اليوم، بل إنه قد ازداد حدة مع تنامي شبكات التواصل الاجتماعي، وتطور وسائل التسويق والإعلان عبر الفيديو، واستقطابه لشريحة واسعة من المستخدمين عبر العالم، صحيحة اليوم، وتشير الدراسات إلى أن المرأة هي ضحية لثقافة الاستهلاك - ماديا واقتصاديا على حد سواء –

تشير فضاءات التدوين المرئي في الجزائر الخاصة بالمرأة ، تواجدها واستخدامها لمدونات الفيديو كذلك، إلى تغييرات هامة على مستوى سلعنة المساحات الأنثوية في العالم الرقمي، وطغيان نزعة استهلاكية مهولة، يؤشر لها بتزايد معدلات استخدام المدوّنات من النساء الجزائريات، وأولئك اللواتي يشكلن رمزا فنيا أو اجتماعيا في المجتمع، من أجل التسويق للسلع والخدمات، والنأي بهنّ عن الاهتمامات الرئيسية التي ينبغي أن تضطلعن بها من أجل زيادة تمكينهنّ، والذود عن قضاياهنّ، وفي سبيل **سلعنة** تواجد صانعات المحتوى عبر الفيديو خاصة، كثيرا ما تعرض المرأة في صورتها المعدّلة، بكثير من المساحيق، وقليل من الفكر، بأجساد ممشوقة، وعقول فارغة، مع هالة من الدّلال والتدلّل، والغنج الالكتروني، الذي بات يميز كثيرا من مدونات الفيديو النسائية الجزائرية، خاصة تلك التي توظف فيها المرأة من أجل الترويج للسلع، والإشهار للمواد الاستهلاكية المختلفة،

تؤدي المدونات الجزائريات عبر الفيديو دور النموذج بسبب سلوكاتهن بالنسبة للمشاهدين الذين يتابعنهن بانتظام، وهن في سبيل تحقيق الرضا والوصولية والتأثير تعمدن إلى نشر الصور والأفكار والآراء الشخصية بين المتابعين، ويسهم ضعف وجهات النظر بالنسبة لهؤلاء بخلق معتقدات وأحكام مسبقة،

إن المدونة الجزائرية على العموم تتمتع بشعبية كبيرة، وكلما زادت فرص سماعها من قِبل جمهور كبير وتقديمها كنموذج تحفيزي لجمهورها، زادت فرص التأثير ومساحات التأثر، في هذا الصدد يشرح **ألبرت باندورا** السبب بقوله بأن **النمذجة** هي عنصر مهم في عملية استهلاك الوسائط والآثار والعواقب الناتجة عن اتباع نموذج يحتذى به، من بين الوظائف الأخرى، يذكر **باندورا** الدافع، وأفضل مكافأة، والتثبيط، وتشكيل القيمة، والسلوك وهي أكثر الأسباب شيوعًا لمشاركة المحتوى (للمدونين) والاستهلاك (للمشاهدين).





خلاصة واستنتاجات:

تشير النتائج أعلاه إلى نمط سلوكات المرأة الجزائرية وبنائها لتمثلاتها عن ذاتها خلال حضورها على فضاءات التدوين المرئي، خاصة عبر اليوتيوب والأنستغرام، ووفق نظرية **جوفمان** في إدارة الانطباعات وبناءا على الأرقام الأولية التي تم رصدها من خلال التحليل يمكن القول بأن الانطباعات التي تسعى المدونات الجزائريات لإثباتها بخصوص شخصياتهن تعتمد بالأساس على المعايير الجمالية الخاصة بالحضور الجسدي، من خلال التركيز على مضامين الجمال والموضة، والصحة والرياضة، ما يشير إلى زيادة الاعتماد على تسويق الجمال الخارجي على حساب المضامين الأخرى، في حين يتم إهمال دور المرأة المربية والمعلمة والمتعلمة إلى حدّ كبير. لهذا يمكن القول بأن هناك نقص واضح في توظيف المدونات النسوية من أجل زيادة تمكين المرأة الجزائرية، إذ **يمكن أن تتصدى هذه المدونات إن** أحسن توظيفها للرسائل الضارة والصور النمطية التي تكرسها وسائل الإعلام، حيث "تم تحديد الإنترنت كأداة لتشكيل وبناء الواقع الاجتماعي"[23]، وهنا يمكن للمرأة استخدام مدونات الفيديو كمنصة لزيادة الوعي بعدم المساواة بين الجنسين من أجل إقناع المشاهدين بذلك، وتغيير مواقفهم وسلوكياتهم تجاه قضايا المرأة.

الهوامش:

---

[1] - *Nardi, B. A., Schiano, D. J., Gumbrecht, M., & Swartz, L. (2004).* ***"Why We Blog****." Communications of the ACM 47(12), 41-46.*

[2] *Op-cit.*

[3] - *Sofia P. Caldeira, et al,* ***Between the Mundane and the Political: Women's Self-Representations on Instagram****, Social Media + Society July-September 2020: 1–14*

[4] - *Sofia P. Caldeira,* ***Identities in Flux: An Analysis to Photographic Self-Representation on Instagram****, Observatorio (OBS*) Journal, vol.10 – nº3 (2016), 135-158*

[5] - *Vidi Sukmayadi, Azizul Halim Yahya,* ***Impression Management within Instagram Stories****: A Phenomenological Study, The Open Psychology Journal, 2019, Volume 12, p-p 216-224.*

[6] - *Ma, Xiaoxiao, "****How May I Impress You? A Content Analysis of Online Impression Management Tactics of YouTube Beauty Vloggers****" (2017). UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. 3090. http://dx.doi.org/10.34917/11156753*

[7] - *فوزي شريطي مراد،* ***التدوين الالكتروني والأعلام الجديد****، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2015، ص.128.*

[8] - *Kanza Khalid, Danish Ahmed Siddiqui,* ***Branding with Vlogs, Factors Affecting Their Success****, Business and Management Horizons journal, vol 7,n 1, 2019, p-p 49-77.*

[9] - ***Press - YouTube****, https://www.youtube.com/intl/en/about/press , 22 /04 /2021*

[10] - *• Most used social media 2021 | Statista, www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users, Avril 2021/*

[11] - الصادق حمامي، عالمهن المنكشف، المدوّنات النسائية العربية،

[12] - نجلاء عبد الوهاب جعفر، **أطر تقديم قضايا المرأة في الإعلام الجديد وعلاقتها باتجاهات الجمهور اتجاه هذه القضايا**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الصحافة، 20017، ص 127.

13 -Molyneaux, H., O'Donnell, S., Gibson, K., & Singer, J. (2008). Exploring the Gender Divide on YouTube: An Analysis of the Creation and Reception of Vlogs. Retrieved from http://www.it.uu.se/edu/course/homepage/avint/vt09/1.pdf

14 - Hans, M., Selvidge, B., Tinker, K., Webb, L. (2011). Online performances of gender: blogs, gender-bending, and cybersex as relational exemplars. Computer-Mediated Communication in Personal Relationships. 302-323.

15 - Op-cit, P 312.

[16] - النموذج الدرامي لإيرفينج جوفمان / علم النفس الاجتماعي والعلاقات الشخصية | علم النفس والفلسفة والتفكير في الحياة(sainte-anastasie.org) .، (2021/04/20'

[17] *-For further see : **View of Looking for you: An analysis of video blogs** | First Monday, http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2769/2430(20/04 /2021)*

[18] *- Janelle Ward (2017) **What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app, Information,** Communication & Society, 20:11, 1644-1659, DOI: 10.1080/1369118X.2016.1252*

[19] *- Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., Freberg, L. A. (2011). **Who are the social media influencers**? A study of public perceptions of personality. Public Relations Review, 37(1), 90–92. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.11.001*

[20] - *For further more see :* ***How Instagram changed our world | Instagram |*** *The Guardian, in* *www.theguardian.com/technology/2020/may/03/how-instagram-changed-our-world (12/04/2021)*

[21] - *Sara Frier, No Filter, The inside Story of Instagram*

[22] - *Roberts, M. L. (1998).* ***Gender, consumption, and commodity culture****, American Historical Review, 103(3), 817–844*

[23] - *Hans, M., Selvidge, B., Tinker, K., Webb, L. (2011), op-cit,p302.*

دور منصة الأنستغرام في تعزيز الثقافة الصحية لدى المرأة الجزائرية

-دراسة ميدانية لعينة من المستخدمات-

ط.د أسماء بزعي

جامعة العربي بن مهيدي -ولاية أم البواقي-الجزائر

AsmaBz1992@hotmail.com

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى مساهمة منصة الأنستغرام في دعم وتعزيز الثقافة الصحية لدى المرأة الجزائرية، وتحديد الدور الذي تلعبه في تحقيق ونشر هذه الثقافة انطلاقا عينة من المستخدمات. ومن أجل الإجابة عن إشكالية الدراسة تم اعتماد منهج المسح الميداني بالعينة مع تطبيق أداة الاستبيان الإلكتروني على عينة عشوائية تمثلت في مستخدمات الأنستغرام حيث تكونت عينة الدراسة من 127 مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثلت أهمها في: أغلبية النساء عينة الدراسة تستهويهن المواضيع الثقافية عبر الأنستغرام، خاصة وأن دافع الاطلاع على الثقافات الأخرى أقوى دافع لهن لاستخدام هذه المنصة وأنهن يتفاعلن مع المواضيع الصحية التي يعرضها الأنستغرام، والذي ساهم بشكل واضح في زيادة ثقافتهن الصحية.

الكلمات المفتاحية: الدور، الأنستغرام، الثقافة الصحية.

Abstract:

This study aimed to uncover the extent of the Instagram platform's contribution to supporting and promoting health education among Algerian women, and to determine the role it play in achieving and spreading this culture based on a sample of users.

In order to answer the problem of the study, the sample field survey method was adopted with the application of the electronic questionnaire tool on a random sample represented by Instagram users, where the study sample consisted of 127 items, and the study reached a set of results, the most important of which were:

The majority of women in the sample's study are interested in cultural topics through Instagram, especially since the drive to learn about other cultures is the strongest motive for them to use this platform and that they interact with the health topics presented by Instagram, which clearly contributed to increasing their health culture.

***Keywords**: The role, instagram, Healthy culture.*

الإشكالية:

تتعدد أدوار وسائل الاعلام في أي مجتمع، حيث تهتم كل وسيلة إعلامية بتحقيق عدد من الوظائف على غرار تعزيز سلوك معين أو توجيه الرأي العام نحو تبني نمط معيشي ما، وزيادة الوعي والثقافة اتجاه قضية إيجابية معينة، ومع التطور التكنولوجي الذي عرفته البشرية والناجم عن ما يسمى بالانفجار المعلوماتي أين اتحدت شبكة الأنترنت مع الحاسوب وكذا مختلف وسائل الاعلام التقليدية، نجد العديد من الآثار قد ترتبت عن ذلك وأثرت في طبيعة هذه الوسائل التي أصبحت أكثر حداثة، متمثلة في "الوسائط الجديدة" وهو المصطلح الذي يشمل كلا من مواقع الويب، المدونات والمنتديات عبر النت، إضافة إلى منصات التواصل الاجتماعي وتبرز هذه الأخيرة كأهم هذه الوسائط الحديثة التفاعلية أين تسهم بدور كبير في نشر أفكار وبناء مدارك لدى مستخدمي هذه المنصات، خاصة في ظل سهولة استخدامها وتحقيقها لمختلف الاشباعات التي يسعى انسان هذا العصر لتحقيقها، ونجد كل منصة لها خصائص تميزها عن الأخرى انطلاقا من الفايسبوك واتساب تيك توك مرورا بالأنستغرام الذي أصبح عدد مستخدميه في الجزائر يزداد يوما بعد يوم ومن مختلف شرائح المجتمع، اذ يكفي تحميل تطبيقه المجاني من متجر google على الهاتف الذكي الذي يدعم نظام

التشغيل أندرويد والاستمتاع بمشاركة الصور والفيديوهات ومتابعة آخر أخبار المؤثرين والمؤثرات الذين اتخذوا من صناعة المحتوى أو التدوين الالكتروني سبيلا للشهرة أولا وكذا توجيه الرأي العام وقيادته والتأثير على الجمهور ثانيا.

وقد اقتحمت المرأة مجال التدوين الالكتروني كالرجل تماما، باعتبارها عنصرا جد هام في المجتمع، فأصبحت مؤثرة على ذات المنصة بعد أن كانت مستخدمة لها، مما جعل مختلف الحسابات المنشأة على الأنستغرام تهتم بالعديد من قضايا المرأة وشؤونها، خاصة الحسابات التي تم انشاؤها من طرف نساء أردن صناعة محتوى خاص بهن وإيصاله إلى الرأي العام. وتعتبر صحة المرأة -وما تعلق بها من موضوعات على غرار الجمال والرشاقة واللياقة البدنية-من أبرز القضايا التي تتطرق لها المؤثرات عبر الأنستغرام، وتلقى اهتماما كبيرا من المستخدمات بدليل زيادة عدد المتبعات للحسابات التي تتطرق لهذه الموضوعات، أين نجد على سبيل المثال لا الحصر حساب coach Soundousو Fithealthy Yousra life with وهي حسابات لشابات جزائريات تهتم بنشر إرشادات ونصائح حول الصحة تستهدف المرأة بصورة مباشرة والتي تهدف لزيادة التثقيف الصحي لدى المستخدمة. والحفاظ على صحة المرأة هو حفاظ على صحة نصف المجتمع، لذلك فهي أولوية وضرورة مهمة والتي لا تتأتى إلا في ظل وجود ثقافة صحية واسعة لدى المرأة ذاتها، ثقافة تمكنها من معرفة كيفية تجنب الأمراض المختلفة والحفاظ على جسد صحي خال من السقم، وتتجلى هذه الثقافة في التدابير والإجراءات التي من شأنها تغيير الأفكار والمعتقدات الصحية الخاطئة والتي قد تتحول إلى سلوكيات تؤذي المرأة نفسها.

ومن هنا تتجلى أهمية الثقافة الصحية لدى المرأة، اذ سنحاول في هذه الورقة البحثية الكشف عن الدور الذي تلعبه منصة الأنستغرام في تعزيز الثقافة الصحية لدى المرأة الجزائرية، وذلك من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو دور منصة الأنستغرام في تعزيز الثقافة الصحية لدى المرأة الجز ائرية؟

وللإجابة عن هذا التساؤل تم إيراد الأسئلة الفرعية التالية:

1/ما هي دو افع المرأة الجز ائرية في استخدام منصة الأنستغرام؟

3/ما مدى مساهمة منصة الأنستغرام في تعزيز الثقافة الصحية لدى المرأة الجز ائرية؟

أولا: أهمية الموضوع:

تكمن أهمية دراسة موضوع دور الأنستغرام في تعزيز الثقافة الصحية لدى المرأة الجزائرية في أهمية الموضوع في حد ذاته، خاصة في ظل الأهمية التي تحظى بها القضايا الصحية في المجتمع بشكل عام، ولدى الفرد بشكل خاص، خاصة بعد الأزمة العالمية الأخيرة المتمثلة في أزمة كورونا، ويتضح ذلك من خلال النتائج المتوصل إليها في الإجابة عن التساؤلات المطروحة حول دوافع المرأة الجزائرية في استخدام منصة الأنستغرام، ومدى مساهمة هذه الأخيرة في تعزيز الثقافة الصحية لديها، كما أن هذه الدراسة تفتح آفاقا جديدة للباحثين من أجل إنجاز المزيد من الدراسات في هذا المجال ومن هذا النوع، خاصة في ظل ندرتها في العالم العربي عموما والجزائر خصوصا.

ثانيا: أهداف الموضوع:

تسعى هذه الورقة البحثية لتحقيق عدة أهداف يمكن إيرادها كالتالي:

*التعرف على دوافع المرأة الجزائرية في استخدام منصة الأنستغرام.

*الكشف عن مدى مساهمة الأنستغرام في تعزيز الثقافة الصحية لدى المرأة الجزائرية.

ثالثا: مدخل مفاهيمي للموضوع:

***تحديد المفاهيم:**

1/منصة الأنستغرام: عبارة عن موقع للتواصل يتيح لمستخدميه تبادل الصور والفيديوهات، وذلك عبر الدخول للتطبيق بعد تحميله على الهاتف الذكي من متجر Google بالنسبة للأجهزة التي تدعم نظام التشغيل أندرويد، وكذا اللوح الالكتروني كما يمكن أيضا الدخول إليها عن طريق الحاسوب لكن ذلك يلغي بعض الامتيازات المتاحة عند الدخول عبر الهاتف الذكي، وله عديد الميزات في عرض المحتوى على غرار المنشور statut والقصة story إضافة إلى البث المباشر live وأيضا video reels

2/الثقافة لغة: أصل الكلمة مأخوذ من الفعل الثلاثي" ثقف" ولها عدة معان: الحذق، الذكاء، العلم، الفنون، المعارف[1]

الثقافة اصطلاحا: "هي جملة العلوم والمعارف والفنون التي يطلب الحذق بها" [2]

3/الصحة لغة: "صحّ يصحّ صُحّا وصحة وصحاحا، كان سليما خاليا من المرض أو العيب أو الشك".[3]

الصحة اصطلاحا: "الصحة حالة من التوازن النسبي لوظائف الجسم والتي تنتج من تكيف الجسم مع العوامل الضارة التي يتعرض لها للمحافظة على توازنه" [4]

الثقافة الصحية اجر ائيا: هي جملة الإجراءات التوعوية والإرشادات والنصائح الموجهة للمرأة الجزائرية بغرض الرفع من مستوى الوعي الصحي لديها، وتكوين فكر صحي ثري يمكنها من تجنب الأمراض والأوبئة والحفاظ على جسد صحي سليم، وتعليمها مختلف التقنيات والطرق العملية التي تساهم في الحفاظ على صحتها الجسدية والنفسية.

رابعا: الإجراءات المنهجية والتطبيقية للدراسة:

1/نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية التي تهدف إلى التعميم، أما نوع المنهج المختار في هذا الموضوع فيتمثل في منهج "المسح الميداني بالعينة".

ويعود السبب في اختيار المسح بالعينة لأنه الأنسب في حالة المجتمعات الكبيرة عددا من حيث المفردات من خلال اختيار عينة ممثلة وتعميمها على المجتمع الأصلي.

2/مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في النساء الجزائريات عموما كمجتمع مستهدف، ومستخدمات الأنستغرام كمجتمع متاح، أما عينة البحث المناسبة للدراسة فهي العينة العشوائية البسيطة وهي العملية التي يكون فيها احتمالية اختيار العينات من حجم معين متساويا[5]

وقد تكونت مفردات العينة من 127 مفردة تم اختيارها عشوائيا.

3/أداة جمع البيانات:

اعتمدنا في دراستنا هذه على الاستبيان الالكتروني كأداة لجمع البيانات، فقد ارتأينا أنها الأنسب من خلال ارسال رابط الاستبيان عبر خاصية المحادثة في منصة الأنستغرام بطريقة عشوائية إلى المستخدمات، كما تمت الاستعانة أيضا بشبكة الفايسبوك وتطبيق الميسنجر في نشر الاستبيان ويمكن الحصول على الاستبيان من خلال الرابط التالي:

https://forms.gle/i8tWx1FU9oYjL3879

الجدول رقم (1): يبين عدد مفردات العينة من حيث السن

السن	التكرار	%
18 - 25	60	47.2
26 - 30	55	43.3
31 سنة فما فوق	12	9.4
المجموع	127	100

يبين الجدول أعلاه عدد مفردات العينة حسب السن، أين تبين أن أغلبية مفردات العينة يتراوح سنهن ما بين 18 و25 سنة وذلك بنسبة بلغت 47.2% تليها ثانيا نسبة قدرها 43.3% للسن الذي يتراوح بين 26 و30سنة، وذلك راجع لكون الأنستغرام يستقطب الفئات العمرية الصغرى كونها وسيلة عصرية تتميز بعديد الخصائص التي تحقق اشباعات هذه الفئة تحديدا.

الجدول رقم (2): يبين المستوى التعليمي لمفردات العينة

المستوى التعليمي	التكرار	%
ثانوي	05	3.9
جامعي	122	96.1
المجموع	127	100

يتضح من الجدول أن النسبة العالية من مفردات العينة يتمتعن بمستوى جامعي وذلك بنسبة 96.1% تليها في المرتبة الثانية ذوات المستوى الثانوي بنسبة 03.9%، ويشير ذلك إلى أن النخبة من النساء الجزائريات هن من يستخدمن منصة الأنستغرام، وذلك يمكن تفسيره ببحث النخب عموما عن وسائل اعلام حديثة وعصرية تشبع حاجات أخرى تظهر لديهم والتي لم تشبعها وسائل اعلام تقليدية مسبقا.

الجدول رقم (3): يبين عدد مرات دخول المستخدمات لمنصة الأنستغرام في اليوم

عدد المرات	التكرار	%
مرة واحدة	16	12.6
مرتان	21	16.5
3مرات	10	7.9
أكثر من ثلاث مرات	80	63
المجموع	127	100

يوضح الجدول أعلاه، عدد مرات دخول مفردات العينة إلى منصة الانستغرام في اليوم، أين بلغت نسبة من يلجن المنصة لأكثر من ثلاث مرات 63% أي أغلبية المفردات وتشير هذه النتيجة للأهمية البالغة التي تحظى بها المنصة لدى مستخدماتها، فرغم انشغال المرأة في هذا العصر طوال اليوم تجد الوقت لتصفح الأنستغرام لأكثر من ثلاث مرات، نظرا لسهولة الاستخدام التي تميز هذه المنصة.

الجدول رقم (4): يبين الموضوعات التي تثير اهتمام مفردات العينة من خلال الأنستغرام

الموضوع	التكرار	%
سياسية	1	0.8
اقتصادية	1	0.8
اجتماعية	58	45.7
ثقافية	67	52.8
المجموع	127	100

يوضح الجدول أعلاه أن الموضوعات الثقافية من خلال منصة الأنستغرام تستهوي مفردات العينة بالدرجة الأولى وذلك بنسبة بلغت 52.8% تلها ثانيا الموضوعات الاجتماعية بنسبة 45.7% وذلك راجع لكون مفردات العينة من النخبة ذوات المستوى

الجامعي، أين ينصب اهتمامهن على الثقافة، وأيضا اهتمامهن بما يجري حولهن في المجتمع من أحداث وقضايا نظرا لاتساع مداركهن ووعيهن الكبير الذي يقودهن لذلك.

الجدول رقم (5): يبين دو افع استخدام مفردات العينة لمنصة الأنستغرام

الدوافع	التكرار	%
التسلية والترفيه	45	35.4
التثقيف	24	18.9
متابعة أخبار المؤثرات	8	6.3
الاطلاع على مختلف الثقافات	50	39.4
المجموع	127	100

يوضح الجدول أعلاه أن أكبر دافع لاستخدام مفردات العينة لمنصة الأنستغرام يتمثل في الاطلاع على مختلف الثقافات وذلك بنسبة 39.4% يليه ثانيا دافع التسلية والترفيه بنسبة 35.4% بينما جاء دافع متابعة أخبار المؤثرات أخيرا بنسبة دنيا قدرت ب 6.3%، ويعود السبب في ذلك كون مفردات العينة من النخبة اللواتي يملكن روحا منفتحة على الغير ويرغبن في اكتشاف الجديد من الثقافات الأخرى، إضافة لكون التسلية والترفيه ملاذا لإنسان هذا العصر عموما لالتقاط أنفاسه من ضغط الحياة اليومية والعمل والدراسة.

الجدول رقم (6): يبين خاصية الانستغرام التي تستهوي مفردات العينة

الخاصية	التكرار	%
statut	62	48.8
story	71	55.9
live	5	3.9
reel	38	29.9
المجموع	176	138.5

يوضح الجدول أعلاه أن خاصية story حظيت بأعلى نسبة من التفضيل في عرض محتوى الأنستغرام وذلك بنسبة 55.9% تلها في المرتبة الثانية خاصية statut بنسبة 48.5% وذلك راجع للآنية التي تتمتع بها خاصية story وحداثتها اذ تختفي في غضون 24 ساعة لتفسح المجال للجديد من الصور والفيديوهات، وهو ما يتناسب مع الحياة اليومية المكتظة بالنشاطات للمرأة، كما أن خاصية story تستقطب المؤثرين أنفسهم مثلا نجد المدونة amira riaa غالبا ما تلجأ لبث العديد من الستوريهات في دقائق معدودات بينما لا تعرض منشورا على شكل statut لفترة قد تصل لأيام.

الجدول رقم (7): يوضح الوقت الذي تقضيه مفردات العينة في تصفح الانستغرام

الوقت	التكرار	%
ساعة	57	44.9
ساعتين	32	25.2
أكثر من ثلاث ساعات	38	29.9
المجموع	127	100

يبرز الجدول أن أغلب مفردات العينة يقضين ساعة يوميا في تصفح الأنستغرام وذلك بنسبة 44.9% في حين تقضي 29.9% منهن أكثر من ثلاث ساعات يوميا، ويفسر

ذلك بالاعتدال في التصفح الناتج عن الوعي الذي تتمتع به مفردات العينة بعيدا عن الإدمان.

الجدول رقم (8): يوضح الطرق المفضلة لدى مفردات العينة في الدخول لمنصة الأنستغرام

الطرق	التكرار	%
الهاتف الذكي	126	99.2
اللوح الالكتروني	1	0.8
المجموع	127	100

يوضح الجدول أعلاه بأن أغلبية مفردات العينة وبنسبة تقدر ب 99.2% يفضلن الدخول لمنصة الأنستغرام عن طرق الهاتف الذكي، وهذا راجع لسهولة ذلك وعمليته بأقل جهد وأقصر وقت، إضافة إلى أن الانستغرام صمم أساسا كتطبيق للهواتف الذكية والميزات التي يتمتع بها مبرمجة على هذا الأساس، فمثلا لو يتم الدخول إلى الأنستغرام عن طريق الحاسوب فذلك يلغي ميزة المحادثة.

الجدول رقم (9): يوضح عدد الحسابات التي تتابعها مفردات العينة عبر الأنستغرام

الخيارات	التكرار	%
من 10 إلى 20	18	14.2
من 21 إلى30	14	11
أكثر من 30	95	74.8
المجموع	127	100

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب مفردات العينة تتابعن أكثر من 30 حسابا على منصة الأنستغرام وذلك بنسبة بلغت 74.8% فيما تتابع 14.2% منهن عددا من

الحسابات يتراوح ما بين 10 إلى 20 حسابا، وهذا عائد لازدياد عدد المدونين وصانعي المحتوى لتتعدد المواضيع والمحتويات المقدمة على المنصة.

الجدول رقم (10): يوضح المواضيع التي تعرضها اغلب الحسابات على الانستغرام والتي تتابعها مفردات العينة

المواضيع	التكرار	%
الاقتصاد	15	11.8
الرياضة	51	40.2
السياسة	21	16.5
الدين	49	38.6
الصحة والجمال	113	89
الثقافة	98	77.2
التعليم	54	42.5
المجموع	127	100

يوضح الجدول أعلاه أن موضوع الصحة والجمال حظي بأعلى نسبة من الاختيار من طرف مفردات العينة وذلك بنسبة قدرها 89% تليها موضوعات الثقافة بنسبة 77.2% وهذا راجع لأهمية موضوع الصحة خاصة بعد أزمة كورونا الأخيرة أما الجمال فهو الموضوع الذي تهتم به حواء منذ القدم، ويعود اهتمام مفردات العينة بالثقافة كون الأغلبية العظمى منهن يعتبرن من نخبة المجتمع ذوات المستوى الجامعي.

الجدول رقم (11): يوضح مدى تفضيل مفردات العينة لحسابات الأنستغرام حسب جنس صاحبها

الخيارات	التكرار	%
رجال	11	8.7
نساء	116	91.3
المجموع	127	100

يوضح الجدول أعلاه تفضيل أغلبية مفردات العينة لمتابعة حسابات تديرها نساء بدلا عن الرجال وذلك بنسبة قدرها 91.3% مقابل نسبة 8.7% تفضلن حسابات يديرها رجال، مما يوحي بأهمية التدوين الالكتروني النسوي في الجزائر وأنه يستقطب عددا معتبرا من المستخدمات.

الجدول رقم (12): يوضح متابعة مفردات العينة لحسابات تهتم بصحة المرأة على الأنستغرام

الخيارات	التكرار	%
نعم	103	81.1
لا	24	18.9
المجموع	127	100

يوضح الجدول متابعة أغلبية مفردات العينة لحسابات تهتم بصحة المرأة وذلك بنسبة قدرها 81.1% مقابل 18.9% لا يقمن بذلك مما يبرز أهمية موضوع الصحة والمحتوى الذي يتعلق بها عبر الأنستغرام.

الجدول رقم (13): يوضح القضايا الصحية التي تستهوي مفردات العينة عبر الأنستغرام

الخيارات	التكرار	%
الرياضة	72	56.7
الأكل الصحي	84	66.1
الجمال	106	83.5
المواضيع الطبية	55	43.3
الطب البديل	28	22
الأدوية والمكملات الغذائية	32	25.2
الإسعافات الأولية	23	18.1
المجموع	127	100

يوضح الجدول أعلاه، أن موضوع الحفاظ على الجمال حظي بأعلى نسبة من بين المواضيع التي تستهوي مفردات العينة عبر الأنستغرام اذ بلغت 83.5% يليه في المرتبة الثانية موضوع الأكل الصحي بنسبة 66.1% وفي المرتبة الثالثة يأتي موضوع الرياضة بنسبة قدرها 56.7%، ويمكن القول إن كلا من الأكل الصحي والرياضة عنصران أساسيان في الحفاظ على الصحة الجسدية والنفسية مما ينعكس إيجابا على المظهر الخارجي.

الجدول رقم (14): يوضح مدى متابعة مفردات العينة للنصائح الصحية عبر الأنستغرام

الخيارات	التكرار	%
نعم	33	26
أحيانا	88	69.3
لا	6	4.7
المجموع	127	100

يوضح الجدول أعلاه أن مدى المساهمة أحيانا احتل المرتبة الأولى في مدى متابعة مفردات العينة للنصائح الصحية عبر الأنستغرام وذلك بنسبة 69.3% يليه في المرتبة الثانية المدى نعم بنسبة تقدر ب 26% بينما احتل المدى لا المرتبة الأخيرة بنسبة 4.7%، الأمر الذي يمكن تفسيره بالاعتدال في متابعة النصائح الصحية من طرف مفردات العينة اللواتي ينتمين للفئة المثقفة خاصة وأن المحتويات التي تعرض عبر الأنستغرام لا تكون دوما ذات مصداقية بل أحيانا تكون باحثة عن أكبر عدد من المتابعات والاعجابات، مثلا ما حدث خلال أزمة كورونا من انتشار للوصفات الشعبية عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي دون دليل طبي يكشف نجاعتها من عدمها فالكثير من الأفراد ركبوا الموجة ببث مثل هذه الوصفات فقط من أجل مزيد من المشاهدات والإعجابات.

الجدول رقم (15): يوضح مدى اعتقاد مفردات العينة بمساهمة الأنستغرام في زيادة ثقافتهن الصحية

الخيارات	التكرار	%
نعم	50	39.4
قليلا	63	49.6
لا	14	11
المجموع	127	100

في الجدول أعلاه، احتل مدى اعتقاد مفردات العينة بمساهمة الأنستغرام في زيادة ثقافتهن الصحية قليلا المرتبة الأولى بنسبة 49.6% يليه في المرتبة الثانية المدى نعم بنسبة 39.4%، مما يدعم القول بأهمية الأنستغرام في تعزيز الثقافة الصحية لدى المرأة الجزائرية.

الجدول رقم (16): يوضح مدى تفاعل مفردات العينة مع منشورات الأنستغرام التي تتعلق بالصحة

الخيارات	التكرار	%
نعم	82	66.1
لا	42	33.9
المجموع	127	100

يوضح الجدول أعلاه أن الأغلبية من مفردات العينة تتفاعلن مع منشورات الأنستغرام المتعلقة بالصحة وذلك بنسبة قدرها 66.1% بينما تفضل 33.9% منهن عدم التفاعل والاكتفاء بالمتابعة فقط، الأمر الذي يدعم أهمية موضوع الصحة كمحتوى تتم صناعته عبر الأنستغرام.

الجدول رقم (17): يوضح قرار مفردات العينة تغيير بعض العادات غير الصحية منذ استخدام الأنستغرام

الخيارات	التكرار	%
نعم	98	77.2
لا	29	22.8
المجموع	127	100

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب مفردات العينة قررن تغيير بعض العادات غير الصحية بعد استخدامهن للأنستغرام وذلك بنسبة بلغت 77.2%، مما يبرز الدور الكبير الذي أصبح يلعبه الأنستغرام من مجرد تغيير الأفكار والآراء إلى تغيير السلوكيات.

الجدول رقم (18): يوضح مدى استعانة مفردات العينة بالأنستغرام في الحصول على معلومات حول أزمة كورونا

الخيارات	التكرار	%
نعم	80	63
لا	47	37
المجموع	127	100

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب مفردات العينة قد استعن بمنصة الأنستغرام في الحصول على معلومات حول أزمة كورونا وذلك بنسبة بلغت 63% مقابل 37% لم يقمن بذلك مما يبرز بشكل واضح أهمية هذه المنصة في تزويد الرأي العام بالمعلومات خلال الأزمات الصحية العالمية.

ملاحظة: نحيط سيادتكم المحترمة بأنه ونظرا لتعدد البيانات تم الاكتفاء بما تم إيراده مسبقا على أن يتم عرض الأسئلة المتبقية التي لم يتم إيرادها في جداول في العرض الخاص بالمداخلة، وإبراز نتائجها في

النتائج العامة:

1. بالنسبة للفئة العمرية للنساء اللواتي يستخدمن منصة الأنستغرام تبين أن الأغلبية منهن ينتمين لفئة الشابات ما بين 18 و30 سنة نظرا لكون المنصة تطبيقا حديثا وعصريا يشبع حاجات هذه الفئة تحديدا.

2. أغلبية أفراد العينة هن ممن يتمتعن بالمستوى الجامعي.

3. بالنسبة لعادات استخدام مفردات العينة لمنصة الانستغرام، فقد تبين أن أغلبيتهن يلجن منصة الأنستغرام أكثر من ثلاث مرات يوميا مما يدل على الأهمية التي أصبحت تحتلها ذات المنصة لدى المستخدمات.

4. تبين أن أغلبية مستخدمات الأنستغرام تستهويهن المواضيع الثقافية أكثر من غيرها الأمر الذي يعود لكون عينة الدراسة من الطبقة المثقفة.

5. برز دافع الاطلاع على الثقافات الأخرى كأقوى دافع لاستخدام الأنستغرام لدى المرأة الجزائرية، وبدرجة أقل دافع التسلية والترفيه.

6. تبين من إجابات عينة المستخدمات أن أغلبهن يفضلن خاصية storyأكثر من غيرها من الخصائص التي يتميز بها الأنستغرام في طرح مختلف المحتويات نظرا لسهولة الوصول إليها وآنيتها وكذا اختفائها في غضون 24 ساعة لعرض الجديد بعدها، مما يجعلها ميزة عصرية بامتياز.

7. تقضي أغلب مفردات العينة ساعة يوميا في تصفح منصة الأنستغرام وذلك عبر الهاتف الذكي بدلا عن اللوح الإلكتروني.

8. تتابع أغلبية مفردات العينة أكثر من 30 حسابا عبر الأنستغرام مما يدل على ازدياد عدد المدونين وصانعي المحتوى عبر الأنستغرام وليس فقط عدد مستخدميه.

9. بالنسبة للمواضيع التي تعرضها الحسابات التي تتابعها عينة الدراسة فقد اتضح أن أغلبها يتمحور حول كل من الصحة والجمال إضافة إلى الثقافة والتعليم.

10. تفضل الأغلبية من النساء عينة الدراسة متابعة حسابات تديرها نساء مثلهن بدلا عن الرجال مما يبرز أهمية التدوين الالكتروني النسوي في الجزائر وسرعة استقطابه للمتابعات.

11. أقرت أغلب النساء عينة الدراسة بأنهن فعلا يتابعن عدة حسابات تهتم بصحة المرأة فقط.

12. بينت إجابات النساء عينة الدراسة أن أغلبيتهن تستهويهن مواضيع الرياضة والأكل الصحي والحفاظ على الجمال كأهم القضايا الصحية لديهن، وبأنهن أحيانا ما يتابعن النصائح المعروضة في هذا المجال بل ويطبقنها أحيانا أخرى.

13. تعتقد أغلب النساء عينة الدراسة بأن ثقافتهن الصحية زادت قليلا عن ذي قبل من خلال متابعتهن للموضوعات الصحية عبر الأنستغرام.

14. تقر أغلبية النساء عينة الدراسة بأنهن يتفاعلن مع المواضيع والقضايا الصحية التي يعرضها الأنستغرام مما يدل على الأهمية التي يتمتع بها هذا المجال لديهن.

15.أجابت الأغلبية العظمى من النساء عينة الدراسة أن منصة الأنستغرام أثرت على سلوكهن حيث أنهن قررن تغيير بعض العادات غير الصحية في حياتهن من خلال المحتوى الذي تعرضه بعض الحسابات في هذا المجال.

16. تبين من خلال إجابات مفردات عينة الدراسة أن أغلبيتهم قمن بالاستعانة بمنصة الأنستغرام في الحصول على معلومات حول أزمة كورونا العالمية الأخيرة، مما يبرز الدور الكبير الذي تلعبه هذه المنصة في اشباع فضول الرأي العام خلال الأزمات الصحية، وتمتعها بشعبية كبيرة.

17. أبدت أغلبية النساء عينة الدراسة موافقتهن التامة على فكرة نشر الثقافة الصحية عبر منصة الأنستغرام، مما يفتح المجال أمام الباحثين لمناقشة ذلك كموجة جديدة في مجال الاعلام الصحي الذي اقتصر سابقا على وسائل الاعلام التقليدية خاصة في العالم العربي عموما وفي الجزائر خصوصا مما يجعل هذا المجال حقلا خصبا لدراسات مستقبلية من شأنها إثراؤه وتنظيمه بما يتوافق مع ما سطر له من أهداف.

قائمة المراجع:

---

[1]أحمد محمد عاشور، مقال الكتروني على شبكة الألوكة، متاح على الرابط:
https://cutt.us/nsuNSتم التصفح يوم2021/04/12 على الساعة16:23.

[2]لزهر مساعدية، **في مفهوم الثقافة وبعض مكوناتها (العادات، التقاليد، الأعراف)**، مجلة الذاكرة، العدد9، المركز الجامعي ميلة،2017، ص34.

جبران مسعود: **رائد الطلاب**، ط18، دار العلم للملايين، لبنان، 2000، ص[3]640

[4]محمد قارش ومختار جلولي، **أساليب الاتصال الصحي في الجزائر**، (مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية: العدد11-2015)، جامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي، الجزائر، ص38

[5]محمد وليد البطش وفريد كامل أبوزينة، **مناهج البحث العلمي: تصميم البحث والتحليل الاحصائي**، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2007، ص99.



استمارة الاستبيان الالكتروني: يمكن الحصول عليها من خلال الرابط التالي:

https://forms.gle/i8tWx1FU9oYjL3879

المرأة الجزائرية المؤثرة في الفضاء السيبراني بين صراع الشهرة والمعايير الأخلاقية

دراسة ميدانية في الأسباب والتطلعات على عينة من مستخدمات الفايسبوك

ط.د نادية لمهل (جامعة أم البواقي)

ط.د مباركة رحماني (جامعة أم البواقي)

ملخص:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى تشخيص واقع التدوين المرئي لدى المؤثرات الجزائريات والتقصي عن مدى تلبية المحتويات المقدمة من طرفهن عبر مواقع التواصل الاجتماعي لحاجيات المرأة الجزائرية ومدى ملاءمتها للذوق العام والقيم الاجتماعية والدينية للمجتمع الجزائري.

على وقد قمنا باستخدام استمارة الاستبيان –موزعة الكترونيا- كأداة لجمع البيانات حاولنا من خلالها التعرف على آراء النساء الجزائريات المتابعات لمدونات المؤثرات عبر وسائل التواصل الاجتماعي حيث بلغت العينة 41 مفردة من جمهور المتابعات تنوعت بين طالبات وأستاذات جامعيات وماكثات بالبيت.

الكلمات المفتاحية: المرأة المؤثرة ، الشهرة ، الفضاء السيبراني ،المعايير الاخلاقية

Abstract :

The aim of this study is to diagnose the reality of video blogging among Algerian influences and to investigate the extent to which the content provided by their parties on social media meets

the needs of Algerian women and their relevance to the common taste and social and religious values of Algerian society.

We have also used the questionnaire form as a data collection tool, through which we have tried to identify the views of Algerian women who follow influence blogs on social media.

***Keywords**: Influential Women, Fame, Cyberspace, Ethical Standards*

مقدمة

في ظل الانتشار الكبير لتكنولوجيات الاعلام الحديثة وانفتاح العالم على بعضه البعض اخذت المرأة حيزا مميزا في الفضاء السيبراني صوتا وصورة يختلف تماما عن الصورة التي كانت تظهر بها في وسائل الاعلام التقليدية المختلفة سواء كانت مجلات، تلفزيون، راديو أو سينما ، وتنوعت أشكال تواجدها عبر الشبكة سواء كجزء من الجمهور أو كصانعة محتوى ولا شكّ في أن ذلك تحقق لأغلبهن عن طريق منصات التواصل الاجتماعي المختلفة (فيسبوك ،انستغرام ، تويتر ..وغيرها) ،أين فتح لهن أفقًا جديدًا للتعبير، و فضاءاتٍ افتراضية بديلة سمحت لهن بالتعبير عن ذواتهن على نحو أفضل واكثر تحررا، عكس ما هو سائد في الفضاء العام الواقعي ، في ظل غياب المساحة الفعلية المخصصة لهن على أرض الواقع ،وقد شهدت السنوات الأخيرة إقبالا كبيرا من طرف النساء لولوج عالم التواصل الإلكتروني وإنشاء صفحات ومدونات مكتوبة ومرئية خاصة بهن يمارسن من خلالها مختلف النشاطات التعبيرية والثقافية، والمعاملات التجارية ،والتي مكنتهم من الحصول على مصدر بديل لرأس المال الاجتماعي مبني على التفاعل الديناميكي مع المتابعات لهن عبر الفضاء السيبراني مما أتاح لهن فرصة اكبر في التعبير الظهور والتواجد وتكوين هوياتهن وكسب قدر أكبر من الثقة بالنفس.

الجزائريات و كمثيلاتهن من نساء العالم وجدن أنفسهن جزءا لا يتجزأ من هذا الفضاء بسلبياته وايجابياته ،بادرت العديد منهن إلى إنشاء صفحات ومدونات خاصة

يقدمن فيها مواضيع مختلفة تهم المرأة كمدونات الطبخ والجمال والمدونات الثقافية والصحية إلا اننا نجد المرأة الجزائرية المؤثرة في الفضاء السيبراني في معادلة صعبة قطباها الشهرة والقيم الاخلاقية، بالنظر لحداثة النشاط التدويني على المجتمع الجزائري إضافة لاعتماد البعض منهن الجرأة في الطرح بطريقة غير معهودة ، والخوض في مواضيع تنافي أحيانا قيم المجتمع الجزائري وعاداته ،وتقدم للمتابعات من الجمهور نمطا مستحدثا من السلوك قد يؤثر سلبا على هوية المرأة الجزائرية ويهدد النسيج الاجتماعي.

من هذا المنطلق، تأتي دراستنا هذه لتطرح باب السؤال البحثي على النحو التالي: ما مدى مراعاة المرأة الجزائرية المؤثرة عبر الفضاء السيبراني للقيم المجتمعية والمعايير الأخلاقية في المحتوى الذي يقدمنه عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

ومن خلال التساؤل الرئيس يمكننا طرح تساؤلات أخرى وهي:

- ✓ كيف يمكن توصيف واقع التدوين النسوي الجزائري عبر منصات التواصل الاجتماعي؟
- ✓ كيف يمكن تقييم المحتويات التي تقدمها المدونات الجزائريات عبر صفحاتهن بمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ✓ هل تعكس الرسائل المقدمة من قبل المدونات الجزائريات التزامهن بالمعايير الاخلاقية والقيم المجتمعية؟

1- الإطار المفاهيمي للدراسة

1-1- أهداف الدراسة

-التعرف على واقع الأخلاقيات الرقمية لدى المرأة المدونة الجزائرية

-تسليط الضوء على اهم المواضيع التي تقدمها المرأة المؤثرة الجزائرية لمتابعاتها وكيفية اداراتها لمدونتها خاصة فيما يتعلق بالمصداقية واحترام الخصوصية وعلاقتها مع المتابعات.

-الكشف عن الفواعل التي تؤدي دورًا محوريًّا في صناعة المحتوى على منصات التواصل الاجتماعي من طرف المرأة الجزائرية المؤثرة وعلاقتها بالصراع الذي تجد فيه المدونة نفسها بين طلب الشهرة وضرورة التقيد بالمعايير الاخلاقية

- اقتراح آليات من شأنها ترشيد سلوكيات المرأة المؤثرة في الفضاءات الرقمية، من خلال تقديم رؤية نقدية متوازنة تجمع بين إبراز نقاط القوة والضعف في المحتوى الذي تقدمه بمدونتها لمتابعاتها.

2-1 ضبط مفاهيم الدراسة:

المرأة المؤثرة

ويعني المؤثر أي شخص يتمتع بسمعة في موضوع معين من خلال شبكة الإنترنت ولا سيما الشبكات الاجتماعية. فهي تنشئ محتوى تبثه على الشبكات الاجتماعية، وفقاً للموجزات التي تقدمها العلامات التجارية والوكالات والمعلنين وما إلى ذلك. ويطابق عملهم أحيانا عمل مدير المجتمع.

كما نجد العديد من المدونين المؤثرين، حيث بدأت ظاهرة التأثير مع ظهور المدونات في منتصف التسعينات. نجد لهم الكثير في السفر، الجمال، أسلوب الحياة... ولكن أيضا في وسائط الإعلام الاجتماعية والتسويق الرقمي B2B على وجه الخصوص[1]. (bour,2017)

الفضاء السيبراني

هو الوسط الذي تتواجد فيه شبكات الحاسوب ويحصل من خلالها التواصل الإلكتروني .وبمفهوم أشمل يعرف بأنه مجال مركَب مادي وغير مادي يشمل مجموعة من العناصر هي: أجهزة الكمبيوتر، أنظمة الشبكات والبرمجيات، حوسبة المعلومات، نقل وتخزين البيانات، ومستخدمي كل هذه العناصر وقد.استخدم مصطلح الفضاء الإلكتروني للمرة الأولى ويليام جيبسون (William Gibson) وهو كاتب في الخيال العلمي[2] (ويكيبيديا) وبالأخص في نوع الأدب الذي يعرف باسم النشر الإلكتروني.

الشهرة

لغة نقول شَهَرَهُ َ.شَهْراً، وشُهْرَة: أعلَنَه وأذاعَه. اشْتَهَرَ الأمرُ: انْتَشَرَ. ويقال: اشتَهَر بكذا، واشتُهِرَ به.[3] (قاموس المعاجم)

مشاهير جمع مشهور، ويوصف أيضًا بأنه نجم؛ وهو الشخص المعروف لكثير من الناس، ويتميز بشهرة أو سمعة في نطاق محلي أو نطاق عالمي، وينال اهتمام وسائل الإعلام، أو يتداول شأنه مستخدمو خدمات الشبكات الاجتماعية[4] (ويكيبيديا) .

المعايير الأخلاقية

مجموعة من القواعد الأخلاقية التي تحدد معايير السلوك ويضعها الإنسان لنفسه ويعتبرها التزامات وواجبات تتم بداخلها أعماله[5] (الرحباني،2013)

2- الإطار المنهجي للدراسة:

2-1 نوع الدراسة ومنهجها : تندرج دراستنا ضمن البحوث الوصفية التي "تستهدف وصف موضوع معين كما هو في الواقع من حيث الخصائص العامة والتفصيلية للموضوع بما فيه من متغيرات وعناصر وعلاقات ومؤشرات وذلك باستخدام المنهج العلمي في كافة إجراءات البحث[6] (التائب،2018،ص66) حيث نسعى من خلال ورقتنا البحثية هاته إلى وصف واقع التدوين الإلكتروني للمرأة الجزائرية المؤثرة عبر منصات التواصل الاجتماعي والكشف عن طبيعة العلاقة التي تربطها بجمهورها من المتابعات واسس التواصل المتوخاة من قبلها ومدى مراعاتها للقيم والاخلاقيات.

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي أو منهج البحث الميداني كما يسميه " موريس أنجرس"، وهذا المنهج يتم اللجوء إليه عادة لدراسة ظواهر موجودة في الوقت الراهن، يطبق غالبا على مجموعات كبيرة من السكان ويستطيع الباحث أن يأخذ منها بالتقريب كل ما يريد أن يكشف عنه. إنه يسمح بدراسة طرق العمل والتفكير والإحساس لدى هذه المجموعات انطلاقا من تنوع الاهتمامات[7] **(أنجرس، موريس، ص200،106)**.وهذا راجع لطبيعة الموضوع المدروس والذي يستدعي

جمع البيانات والمعلومات وتفسيرها والخروج بنتائج تقربنا من الإجابة عن الاشكالية المطروحة.

2-2 أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في دراستنا هاته على **استمارة الاستبيان** كأداة رئيسية لجمع المعلومات نظرا لما توفره من سهولة ومرونة في الحصول على البيانات المطلوبة من المبحوثين إضافة لاعتمادنا على **الملاحظة العلمية** من خلال مراقبتنا المركزة لبعض صفحات المؤثرات الجزائريات وتدوين الملاحظات لاستثمارها لاحقا في التحليل والتفسير كما لجأنا **لطريقة تحليل الشبكات الاجتماعية** والتي ترتكز في جوهرها على المقاربة البنيوية للعلاقات بين الأفراد في بيئة اجتماعية منظمة وتعمد إلى وصف الترابط بين الجهات الفاعلة فيها وتفسير العلاقات القائمة بينهم[8](Lazega ,1998 ,p6) وقد ساعدنا تبنى هاته الطريقة في ربط المعارف النظرية بالنتائج المحصل عليها ورصد المواطن الايجابية والسلبية للمحتويات المقدمة من طرف المؤثرات الجزائريات وبناء تصور واضح عن مدى التزامهن بالمعايير الاخلاقية والمجتمعية من عدمه

2-3 مجتمع وعينة الدراسة:

يُقصد بمجتمع البحث أو مجتمع الدراسة ": population study جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون مجتمع مشكلة البحث."[9](**عيشور، نادية،ص2017،226)** وعليه يتمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه جمهور النساء من المتابعات لصفحات المؤثرات الجزائريات عبر شبكات التواصل الاجتماعي

-عيّنة الدراسة:

والتي تعني عددا محددا من مفردات الدراسة التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا، ويشترط بها ان تكون ممثلة لمجتمع البحث في الخصائص والسمات [10] (عبد الحميد،2004،ص133) وقد اخترنا في دراساتنا هذه أن تكون العينة عينة قصدية أو عمدية وهي العينة التي يستخدم فيها الباحث الحكم الشخصي على أساس أنها هي الأفضل لتحقيق أهداف الدراسة"[11](**عيشور، نادية،2017،ص240**) لذا استهدفنا

العينة المتاحة لنا الكترونيا من متابعات صفحات المؤثرات سواء من خلال معرفتنا الشخصية بمفردات العينة واتصالنا المباشر بهم عن طريق وسائل الاتصال المختلفة أو من المجموعات الناشطة عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وتتكون عينة دراستنا من 41 مفردة، وقد تم توزيع الاستبيان الالكتروني في الفترة الممتدة من 30 مارس 2021 إلى غاية 22 أفريل 2021

3- الإطار النظري للدراسة:

3-1 **نظرية الواجب الأخلاقي** وهي نظرية معيارية ونقلة من المسؤولية الاجتماعية إلى المسؤولية الأخلاقية في الممارسة الإعلامية في الحالة المعاصرة. و يعني "الواجب" في صورته الأولية الوعي الفردي القائم على القناعة الذاتية انطلاقا من منظومة قيمية ملازمة في التفاعل مع الواقع. الأخلاقي الذي يجعله يتخذ القرارات الأخلاقية اليومية في الكتابة والتغطية الإعلامية مشدودا في ذلك إلى نظام من التفكير القيمي الثابت والمتجدد. و تمس نظرية الواجب الممارس و المؤسسة الإعلامية في عملية اتخاذات القرارات الخاصة بالتغطية الإعلامية في المضمون و الأداء[12] (عزي،2016، ص5)

3-**2 نموذج رأس المال الاجتماعي**:

رأس المال الاجتماعي: هو مصطلح اجتماعي يدل على قيمة وفعالية العلاقات ودور التعاون والثقة في تحقيق الأهداف الاقتصادية، ويستعمل المصطلح في العديد من العلوم الاجتماعية، ويكيبيديا

يتم تشكيل رأس مال اجتماعي عبر الشبكات من خلال تفاعل المستخدمين مع تدفق المعلومات في بيئة تتوافر فيها الثقة والمواءمة والشعور بالانتماء والحرص على الكيان الواحد مع ضرورة التنبيه الى المعيار السلوكي[13] (الحلو،2015) وهذا الأخير هو محور دراستنا حيث سنسعى من خلال التحليل للتوصل الى تأكيد الفرضية التي تربط بين نجاح المرأة الجزائرية المؤثرة في تحقيق راس مال اجتماعي معتبر من خلال التزامها بالمعايير الأخلاقية في ما تقدمه من محتويات عبر مدونتها لجمهورها من النساء .

استعراض نتائج الدراسة:

في اجابتهن عن اسئلة المحور المرتبط بالعلاقة مع الواقع السيبراني ومواقع

خصائص عينة البحث (41مفردة)			
عدد مفردات العينة	14طالبة	16 متخرجة ماكثة بالبيت 39	11استاذة بالتعليم العالي
الفئات العمرية	(18-23)- (24-30)- (31-36) –(37-45) –اكثر 46		
المستوى الدراسي	ليسانس 16	ماستر 19	دراسات عليا 6

التواصل الاجتماعي تصدر الفيس بوك قائمة المواقع الاجتماعية والأكثر استعمالا لدى مفردات العينة بنسبة بلغت 82.9% (34 مفردة) يليه الانستغرام 53.7% فيما توزعت النسبة الباقية بين واتساب 14.6% ومنصات تواصل الاجتماعية الأخرى 9.8% ويرجع السبب الانتشار الواسع لموقع الفيس بوك والانستغرام بالجزائر عكس باقي المواقع الاجتماعية الأخرى لسهولة استخدامه بين مختلف الفئات , وهامش الحرية التي يوفرها بالتواصل لمستخدميه اما عن الوقت الذي تقضيه مفردات العينة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعية فأجابت أغلب المستجوبات بأنهن يقضين أكثر من ساعتين في اليوم 41.5% ومن 3-4 ساعات بنسبة 36.6% فيما أجابت بعضهن بأنهن يقضين أكثر من 6 ساعات في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعة صفحات المؤثرات الجزائريات 22.1% من خلال الوقت المستغرق من قبل المستجوبات في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي وصفحات المؤثرات يمتد من الساعتين الى أكثر من 6 ساعات يوميا نستطيع القول أن المحتوى الذي تقدمه المؤثرات الجزائريات غبر صفحات التواصل الاجتماعي يحظى باهتمام النساء الجزائريات المتابعات ويأخذ حيزا معتبرا من اوقاتهن بما يفتح مجالا أوسع لحدوث عملية التأثير التي تسعى اليها صاحبة المدونة ، حيث عبرت 48.8% من مفردات العينة ان صفحات المدونات الجزائريات تسترعى أحيانا اهتمامهن فيما

أكدت 31.7% منهن أن هاته الصفحات تثير اهتمامهن لتنفي باقي المستجوبات (19.5%) ذلك

وعن الهدف من متابعة وتصفح المدونات المرئية للمؤثرات الجزائريات عبر مواقع التواصل الاجتماعي فقد أكدت أغلب مفردات العينة ان السبب في متابعتهن هو الاطلاع على آخر مستجدات الموضة والجمال (43.9%) فيما توزعت باقي الاجابات بين التسلية وتمضية الوقت (22.1%) الى جانب التفاعل والتغبير عن الآراء او بغرض الدراسة (17.1%) فيما أجابت بعضهن أن الهدف هو التواصل مع صاحبة المدونة ومتابعة روتينها اليومي بالإضافة للقيام بعمليات التسوق واقتناء ما تعرضه صاحبة المدونة من منتجات وغيرها من الأسباب والدوافع.

ومن خلال القراءة الأولية لهذه النتائج يمكننا القول أن مدونات المؤثرات الجزائريات عبر صفحات التواصل الاجتماعي ركزت في محتوياتها على المواضيع التي تسترعي اهتمام المرأة الجزائرية كأخبار الجمال والموضة والتسوق الى جانب تقديم الأفكار الخاصة بالاهتمام بشؤون البيت ,الطبخ , وعمليات الشراء , ووضع الزينة حيث يعتبر تدوين الموضة ممارسة إعلامية جديدة نسبيًا نمت شعبيتها بسرعة على مدار العقد ونصف العقد الماضيين تم إنشاء أول مدونة أزياء في عام 2001 وبحلول عام 2006 ، بلغ العدد الإجمالي للمدونات ذات الصلة بالموضة على الإنترنت 2 مليون بحلول عام 2010 ، تحقق موقع Blogger.com من وجود مليوني مدونة ضمن نوع الموضة على موقعه على الويب وحده في حين تم إجراء الكثير من الأبحاث حول إمكانية هذه الممارسة المتنامية لإطلاق مؤلفي المدونات إلى الشهرة وتحقيق النجاح التجاري[14].(doering,2018 ,p12)

كما وجدت بعض النساء المتابعات مساحة للتعبير عن آرائهن وتبادل الافكار والنقاشات مع صاحبة المدونة ومع غيرهن من النساء وهذا ما يفسر اجابة المستجوبات

عن تأثرهن بالمحتوى المقدم من طرف المدونات اللاتي يتابعنهن حيث أكدت أغلبهن أنهن يتأثرن ولو بنسب متفاوتة (65.9%) فيما نفت بعضهن انهن يتأثرن (34.1%)

أما عن مظاهر هذا التأثر وكيف يتجلى في سلوكيات المتابعات من عينة الدراسة فقد تباينت الاجابات من المبحوثات فذهب البعض منهن الى أنهن يغيرن نمط استهلاكهن وسلوكهن الشرائي اقتداء بصفحات المدونات (12.2%من العينة) ,والبعض منهن يغيرن طريقة لباسهن وطريقة الاعتناء بمظهرهن الخارجي وفقا لنصائح وتوجهات صاحبات المدونات (12.2%) فيما أجابت مجموعة أنهن يقيمن علاقتهن المهنية والعائلية والشخصية بناء على ما يتم تقديمه لهن من محتويات عبر الصفحات المدونات اللاتي يتابعهن (4.9) وتحاول البعض منهن تقليد طريقة المدونات (المؤثرات الاجتماعية) في التعامل مع مختلف القضايا اضافة لأشكال أخرى من التأثير.

وبذلك أكدت أغلب المبحوثات أن المحتوى المقدم من قبل المدونات (المؤثرات) الجزائريات على مواقع التواصل الاجتماعي يفيد المرأة الجزائرية 78% فيما نفت باقي المبحوثات حصول فائدة من مدونات المؤثرات الجزائريات عبر مواقع التواصل الاجتماعي (22%) وقد ارجعن سبب ذلك الى أن أغلب المؤثرات يقد من صورة مزيفة عن حياة الرفاهية الاجتماعية التي يعشنها مما يجعل المتابعات لهن يشعرن بعدم الرضا على حياتهن ويصبن بالإحباط (65.6%)كما ترى المبحوثات أن أغلب المؤثرات عبر مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمن صفاحتهن بغرض الترويج للمنتوجات لتحقيق الربح المادي اضافة للتركيز على أخبار الفن والموضة ومواد التجميل دون الاهتمام بالمواضيع التي تهم فعلا المرأة الجزائرية (50%) اضافة لأن المتابعات الجزائريات يستعرضن وقتا طويلا في تصفح المحتويات المقدمة من المؤثرات على صفحاتهن يؤثر سلبا على قيامهن بواجباتهن الاجتماعية ويتلقين نصائح وارشادات غير مقيدة من صاحبة المدونة وقد تميز بحياتهن الشخصية وتؤدي الى وقوع مشاكل لهن ترى أغلب المستجوبات أن المؤثرات الجزائريات يستعين من خلال مدوناتهن عبر منصات التواصل الاجتماعي لتحقيق الربح

المادي (75.6%) وتحقيق الشهرة (51.2%) الى جانب سعيهن لكسب أكبر عدد من المتابعات والشعور بتحقيق الذات (48.8%) فيما تعتقد باقي المستجوبات أن المدونات الجزائريات هدفهن التأثير في سلوكيات آراء المتابعات من جمهورهن وترسيخ عادات ايجابية لديهن .

وتتبع المدونات المؤثرات الجزائريات طرقا كثيرة لإحداث التأثير المطلوب في المتابعات من جمهورهن حيث أكدت أغلب المستجوبات من مفردات العينة أن المدونات المؤثرات عبر صفحات التواصل الاجتماعي يتبعن أسلوب عرض روتينهن اليومي (46.3 %)اضافة لتسويق الماركات التجارية المعروفة وتنظيم مسابقات لجمهور من النساء ,كما تعمد البعض منهن الى اعتماد الجرأة المبالغ فيها في طرح الأفكار وبأسلوب خاص الى جانب التطرق لموضوعات متنوعة تهم المرأة عبر صفاحتهن والاستعراض .

لكن المحتوى المقدم من طرف المدونات الجزائريات له ارتباط قوي بانتشار العادات والسلوكيات السلبية لدى جمهورهن من النساء حسب آراء المستجوبات من أفراد العينة حيث أكدت أكثر من 56 %منهن هذا الطرح فيما نفت9.8% ذلك بينما التزمت 34.1%منهن الحياد في الاجابة عن هذا السؤال.

وتتمثل العادات السلبية التي تكتسبها النساء من صفحات المدونات الجزائريات عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب اجابات مفردات العينة في عدم الرضا عن المستوى المعيشي والاجتماعي بسبب عرض المدونات للمستوى المعيشي الرغيد الذي يعيش فيه وقدرتهن على اقتناء أثمن الماركات من الملابس وأدوات الزينة والأثاث وغيرها , مما يسبب اهتزاز المرأة لثقتها بنفسها كما رأت المستجوبات ان المدونات الجزائريات يساهمن في اكتساب المتابعات المراهقات لسلوكيات سلبية بسبب عرضهن لمواضيع حساسة وتقديم نصائح وتوجيهات تتنافي مع الخصوصية العمرية لهاته الفئة ,كما يتسبب المحتوى المقدم من طرف المؤثرات الجزائريات غير مدوناتهن المرئية في صفحات التواصل الاجتماعي في حدوث مشاكل عائلية بسبب تبني النساء لأفكارهن والأخذ

بخصائصهن الاستجابة لتحريضهن على التمرد على القيم المجتمعية والدينية وغير ذلك من السلوكيات السلبية .

والحل للحد من هذه السلوكيات والتصدي للمحتويات غير المقيدة التي تقدمها بعض المؤثرات الجزائريات عبر شبكات التواصل الاجتماعي يمكن حسب مفردات العينة في تشجيع وتحفيز المدونات اللواتي يقدمن محتويات ذات فائدة ,اضافة لسن تشريعات توضح قواعد التدوين الواجب اتباعها ، والمتابعة الجادة لكن ما يقدم من محتويات وحث المدونات على تنويع والتركيز على المواضيع المقيدة التي تهم المرأة الجزائرية وترفع من المستوى الثقافي لها اضافة لإدراج مادة التربية الاعلامية ضمن المقررات الدراسية

من خلال ما سبق ذكره من النتائج المحصل عليها وبغرض الاجابة عن التساؤل الرئيس للدراسة وتساؤلاتها الفرعية يمكننا القول ان:

- المرأة الجزائرية المؤثرة تحاول من خلال ما تقدمه من محتوى على مدونتها عبر منصات التواصل الاجتماعي ان تساهم في رفع نسبة الوعي لدى النساء الجزائريات واطلاعهن على المستجدات في مجال الفن، والموضة والجمال وغيرها من المواضيع وقد أحدثت تأثيرا واضحا على سلوكيات متابعاتها وقناعاتهم والملاحظ هو المؤثرات في محاولة تحقيقهن للشهرة والانتشار لم يلتزمن بالمعايير والقيم الأخلاقية والمجتمعية مما انعكس سلبا على جمهورهن من النساء.
- لذلك فالمدونات الخاصة بالمؤثرات الجزائريات عبر منصات التواصل الاجتماعي ما تزال بحاجة لضبط وتنظيم.
- اما عن الواقع التدوين النسوي الجزائري فيمكن القول ان التجربة نلاقي استحسانا لدى فئات الجمهور من النساء رغم التجاوزات التي ترتكبها بعض المدونات حيث تتراوح المحتويات التي يقدنها عبر صفاحتهن بين المفيدة أحيانا والمنافية للمعايير أحيانا أخرى.

–

الخاتمة:

اصبحت المرأة المؤثرة اليوم بفضل التطور التكنولوجي تحتل مكانة هامة في صناعة الرسائل الاعلامية الموجهة لجمهور نساء عبر منصات التواصل الاجتماعي بل ووصلت الى مستوى عال من التأثير في قناعات وآراء وسلوكيات المتابعات لهن واللاتي أصبحن يتخذن من صاحبات المدونات او المؤثرات قدوة لهن في كثير من القضايا والأمور التي تهمهن.

هذا التأثير يمكن ان نصفه بالسلاح ذو الحدين بالنظر لسعي المؤثرات عبر صفحاتهن لغرس سلوكيات ايجابية وتزويد المتابعات لهن بنصائح وتوجيهات مفيدة تساعدهن على تخطي المشاكل وحلها من جهة، ومن جهة أخرى يمكن لهذا التأثير ان يكون سلبيا ومنافيا للقيم الأخلاقية والمجتمعة.

وعموما يمكننا تقييم آداء المرأة الجزائرية المؤثرة عبر الفضاء السبراني بالتجربة الفتية التي تحتاج لمزيد من التطوير والدعم، مع ضرورة تقيد النساء المؤثرات بالمعايير الأخلاقية والقيم الاجتماعية أثناء تواصلهن مع جمهور المتابعات

"إن التربية على تكنولوجيات الاتصال الرقمية لا تنحصر في المهارات التقليدية مثل الوصول والكتابة والبحث، بل تتعداها إلى المهارات الاجتماعية والأخلاقية."[15](رابح،2020) ترشيد الممارسات الأخلاقية للشباب في الفضاءات الرقمية.

التوصيات:

إن نجاح مدونة المرأة المؤثرة الجزائرية بالفضاء السيبراني مرهون بمدى تمكنها من احداث التوازن بين رغبتها في الحصول على الشهرة والالتزام بالمعايير الأخلاقية وهذا يتأتى من خلال:

*التركيز على المحتويات الهادفة التي تخدم المرأة الجزائرية وتزيد من وعيها وثقافتها وتدعم القيم الأخلاقية وتحافظ على الترابط النسيج الاجتماعي على اعتبار أنهن يتوجهن بالخطاب للمرأة نواة المجتمع.

*تجنب الجرأة المبالغ فيها عند التطرق لمختلف القضايا والمواضيع الى جانب الامتناع عن ارتكاب اي نوع تجاوزات اللفظية او الكتابية مع احترام كافة القيم والمعتقدات ونبذ العنف الرمزي بكل اشكاله

*الابتعاد عن السلوكيات السلبية كالتدخين امام الكاميرا او اللباس غير المحتشم، مراعاة لجمهور المراهقات خاصة.

* التأكد من المنتوجات قبل التسويق لها تفاديا لأي نوع من الأضرار المادية او الجسدية التي تترتب عنها عن المغشوش منها

*تنظيم عمل المؤثرات عبر السبراني من خلال صياغة قوانين واضحة تبين الحقوق والمسؤوليات الخاصة بهن.

ويمكن الإشارة للقواعد الخمس للتأثير الأخلاقي التي وضعها Colin Gautrey بالنسبة للمؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي:

القاعدة رقم 1: يساعد الناس دوماً على اتخاذ قرارات متوازنة ومستنيرة. لأن ذلك سيساعد حتما على حماية علاقتك التي ينبغي أن تكون جيدة على المدى الطويل. تضليل الناس وسوف يعود لعضك في وقت لاحق.

القاعدة رقم 2: ضمان أن تتطرق للعيوب التي تجدها في المنتجات التي تروج لها عيوب فضلاً عن الفوائد من باب المصداقية وتعزيز الثقة وتحصل على التأثير الناجح والأخلاقي ولا تتسبب في ندم المتابع في وقت لاحق.

القاعدة رقم 3: كن واضحاً ومنفتحاً مع الناس حول مصالحكم الخاصة. من خلال المشاركة الفعالة والمفيدة

القاعدة رقم 4: تحديد أهدافك والعمل على تحقيقها مع المتابعين باتباع النهج الأخلاقي المناسب للقيم الاجتماعية إلى جانب التمتع بقدر عال من القوة والشخصية القيادية واعتماد الوسائل الانسانية العادلة

القاعدة رقم 5: لا تضلل الناس أبداً بالقيام بشيء تعرف أنه سيؤذيهم وكن صادقا معهم لأبعد حد[16]

قائمة المراجع:

1. Laurent Bour. (juin 2017). Qu'est-ce qu'un influenceur ou une influenceuse ? https://www.journalducm.com/influenceur-influenceuse visité le 11-04-2021 à21 :32

تاريخ الزيارة 13-04-2021 18:21

2. https://ar.wikipedia.org/wiki / الفضاءالإلكتروني
3. https://www.maajim.com/dictionary/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D9%87%D8%B1%D8%A9/3/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%AC%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B3%D9%8A%D8%B7
4. https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B4%D8%A7%D9%87%D9%8A%D8%B1
5. http://www.balagh.com/mosoa/article/القواعد-و-القوانين-الأخ
6. مسعود حسين التائب.(2018).البحث العلمي(قواعده-اجراءاته-مناهجه).القاهرة: المكتب العربي للمعارف

7-موريس انجرس.(2004).منهجية البحث في العلوم الإنسانية تدريبات عملية. ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون. الجزائر: دار القصبة للنشر

8- Lazega Emmanuel.(1994). Analyse de réseaux et sociologie des organisations. In: Revue française de sociologie. Aspects de la vie professionnelle. pp. 293-320; disponible sur https://www.persee.fr/doc/rfsoc_0035-2969_1994_num_35_2_4327

9- نادية عيشور سعيد وآخرون .(2017).منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، قسنطينة الجزائر: مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع.

10-محمد عبد الحميد.(2004).البحث العلمي في الدراسات الإعلامية والاجتماعية. مصر: عالم الكتب.

11-نادية عيشور سعيد وآخرون .مرجع سابق.

12-عبد الرحمن عزي.(2016).نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية. تونس: الدار المتوسطية للنشر

13- ربى الحلو.(2015).القواعد والقوانين الأخلاقية في الإعلام متاح على الرابط https://smex.org/ar/%d9%85%d8%b3%d8%a4%d9%88%d9%84%d9%8a%d8%a7%d8%aa-%d8%b1%d8%a3%d8%b3-%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%a7%d9%84-%d8%a7%d9%84%d8%a5%d8%ac%d8%aa%d9%85%d8%a7%d8%b9%d9%8a-%d8%b9%d8%a8%d8%b1-%d8%a7%d9%84%d8%b4%d8%a8/

-14 Nina Anastasia Doering , Evaluating the Potential for Social Change Through Fashion Blogging, California Polytechnic State University

متاح على الرابط https://digitalcommons.calpoly.edu/joursp/138

15- صادق رابح.(2020).ترشيد الممارسات الأخلاقية للشباب في الفضاءات الرقمية متاح على الرابط https://studies.aljazeera.net/ar/article/4850 تاريخ الزيارة 2021/04/15 17:23

-16 Colin Gautrey.(2017) CONFLICTING AGENDAS: Learn how to handle the politics with ease and integrity (more information The Ethics of Influence: Five Rules to Live. disponible sur https://www.learntoinfluence.com/the-ethics-of-influence-five-rules-to-live(

اتجاهات المرأة الجزائرية نحو مضامين المدونات المرئية الجزائرية

دراسة ميدانية على عينة من النساء بأم البواقي-

1/ أ د. ليندة ضيف: جامعة أم البواقي، الجزائر *lindovadeif@yahoo.fr*

2/ ط د. مريم حاجي: جامعة أم البواقي، الجزائر *hadji.meriem@univ-oeb.dz*

ملخّص الدّراسة: سعت هذه الدراسة إلى وصف وتحليل اتجاهات المرأة الجزائرية نحو مضامين المدونات المرئية الجزائرية، من خلال التعرف على عاداتها وأنماط متابعتها واتجاهاتها نحو المضامين المعروضة في هذه المدونات، واعتمدت على استمارة استبيان لقياس الاتجاه كأداة لجمع البيانات، أين تم توزيعها إلكترونيا على عينة متاحة مكونة من 200 امرأة جزائرية بولاية أم البواقي. وبعد تطبيق هذه الأداة البحثية وتحليل البيانات تم التوصل إلى نتائج أهمها أنّ المرأة الجزائرية تتابع المدونات المرئية الجزائرية بشكل مكثف، وتهتم بكل أنواع المدونات المرئية الجزائرية، وبشكل خاص للمدونات النسوية خاصة المتعلقة بالطبخ والديكور والتجميل وغيرها من الأمور النسوية، كما أنّ جل اتجاهات المرأة الجزائرية قوية نحو مضامين المدونات المرئية الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات- المرأة الجزائرية- التدوين المرئي- المدونات المرئية الجزائرية

Abstract:

This study sought to describe and analyze the attitudes of Algerian woman towards the contents of Algerian video blogs, by learning about their habits, patterns of follow-up, and trends towards the contents presented in these blogs. And it relied on a questionnaire from to measure the trend as a tool for data collection. Where was it distributed electronically on an available sample of 200 Algerian women in the willaya of Oum el Bouaghi. After applying this research tool and analyzing the data, the most Important results were reached Algerian women follow Algerian video blogs extensively, and interested in all kinds of Algerian video blogs, especially for feminist blogs, especially these related to cooking, decoration, cosmetics, and other feminist issues, and most Algerian women's trends are strong towards the contents of the Algerian video blogs.

***Key words**: Trends - Algerian woman- Vlog / video blogging- Algerian video blogs.*

الإشكالية:

تعد المدونات الإلكترونية أحد أهم مظاهر التطور التكنولوجي الذي عرفه العالم، و الذي أدى إلى بروز وسائط جديدة تميزت بالانتشار الواسع، و اختراق الحواجز الجغرافية، و نشر المضامين دون أي رقابة أو قيود، إضافة إلى سهولة الاستخدام في كثير من الحالات و المدونات بنوعيها المرئي و المكتوب أصبحت فضاءا إلكترونيا افتراضيا حرا لما أتاحته من مساحات واسعة للتعبير عن مختلف الآراء والتوجهات، فهي جاءت كمنفذ لنقل مشاكل وهموم المجتمع ونقاشها بعيدا عن كل أشكال الرقابة السياسية والاجتماعية والدينية وغيرها، وكذا طرح الأفكار ونقل الخبرات والتجارب والمعارف. وفي هذا الإطار نجد موقع اليوتيوب أو كما يعرف بعملاق الفيديو من أكثر المواقع شهرة وانتشارا بفضل ما أتاحه من ثورة في صناعة الفيديوهات ونشرها سواء كانت موظفة

بطريقة احترافية أو غير احترافية، والذي فتح المجال واسعا للتدوين المرئي فسمح لكل أفراد المجتمع بغض النظر عن مستوياتهم الفكرية وميولاتهم الشخصية بإنشاء قنوات يتم من خلالها طرح العديد من المواضيع المجتمعية الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية، الثقافية وغيرها، والتي لاقت الكثير من الإعجاب من متابعيها وقدر عدد مشاهديها بالملايين. وحظيت بتنوع مستخدميها من كل فئات المجتمع وخاصة النساء، فنجدها تتفاعل مع محتوى هذه المدونات المرئية وفق أسلوبين هما متابعة المحتوى أو الإعجاب به ومشاركته. وجاءت هذه الدراسة للبحث في علاقة المرأة الجزائرية بالمدونات المرئية الجزائرية، من خلال التعرف على عاداتها وأنماط متابعتها واتجاهاتها نحو المضامين المعروضة في هذه المدونات، وذلك عن طريق إجراء دراسة على عينة من النساء بأم البواقي، من خلال طرح التساؤل الرئيسي الآتي: ما هي اتجاهات المرأة الجزائرية نحو مضامين المدونات المرئية الجزائرية؟

تساؤلات الدراسة:

1- **ما مدى متابعة المرأة الجزائرية للمدونات المرئية الجزائرية؟**

2- **ما هي المدونات المرئية الأكثر اهتمام ومتابعة من قبل المرأة الجزائرية؟**

3- **ما هي دوافع متابعة المرأة الجزائرية لهذا النوع من المدونات؟**

4- **ما هو تقييم المرأة الجزائرية لمضامين المدونات المرئية الجزائرية؟**

أسباب اختيار موضوع الدراسة:

1- ظاهرة التدوين المرئي المتنامية والمتسارعة الظهور في المجتمعات عامة والمجتمع الجزائري خاصة، والتي ساهمت في صناعة قنوات متعددة المحتويات والمضامين، لتصبح وسيلة يفضلها ويستخدمها الجميع وخاصة النساء، خاصة وأنّ المدونات المرئية في الجزائر وسيلة للتعبير عن الآراء والأفكار والاتجاهات بكل حرية دون ضغط رقابي أو قيد قانوني.

2- أهمية موضوع الدراسة خاصة وأنّه يرتبط بظاهرة جديدة عرفت انتشارا واسعا في المجتمع الجزائري، وهي التدوين المرئي، وارتباط ذلك بالعديد من القضايا والأحداث المهمة، والتي يتم من خلالها نقل مضامين جديدة بعيدة عن تلك التي ينقلها الإعلام التقليدي.

3- تعد فئة النساء من أهم الفئات التي تصنع المحتوى عبر المدونات، ومن أهم الفئات المستخدمة أيضا لها، الأمر الذي يفرض ضرورة البحث في علاقة المرأة بهذه المدونات لا سيما من حيث تقييم محتواها واستخدامه، وذلك في ظل متغيرين أساسيين هما طبيعة المجتمع الجزائري وخصوصياته ونظرته للمرأة في تعاملها مع الوسائط الجديدة، أما المتغير الثاني فيرتبط بهيمنة شبكات التواصل الاجتماعي على غرار الفايسبوك على استخدامات أغلب فئات المجتمع مما يؤثر على استخدام وسائط جديدة أخرى.

أهداف الدراسة:

1- التعرف على درجة استخدام ومتابعة المرأة الجزائرية للمدونات المرئية الجزائرية من خلال إجراء دراسة بولاية أم البواقي.

2- الكشف عن دوافع متابعة المرأة الجزائرية لهذا النوع من المدونات، إضافة إلى أهم المدونات التي تحتل الصدارة من حيث الاهتمام والمتابعة.

3- معرفة تقييم المرأة الجزائرية لمضامين المدونات المرئية الجزائرية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية موضوع الدراسة في أهمية موضوع التدوين المرئي بشكل عام و في الجزائر بشكل خاص، و تبرز هذه الأهمية أكثر عندما يرتبط ذلك بالمرأة التي أصبحت أحد الفاعلين في صناعة المحتوى عبر المدونات المرئية، مما يفرض ضرورة البحث و الدراسة في علاقة المرأة بهذه المدونات من حيث الاستخدام بشكل خاص، خاصة و أنّ المدونات المرئية أصبحت تطرح العديد من المواضيع و القضايا التي تهم المرأة، و التي تتيح للمستخدمات من هن الاطلاع على مواضيع شاملة و متنوعة حسب مجال اهتمامهن، و من هن تبرز أهمية هذه الدراسة و التي تكمن في النتائج المتوصل إليها حول استخدام المرأة الجزائرية للمدونات المرئية و دوافع هذا الاستخدام إضافة إلى تقييمها لمحتوى هذه المدونات، كم أنّ هذه الدراسة تفتح المجال للباحثين لإجراء المزيد من الدراسات حول علاقة المرأة بالفضاء المدوناتي لا سيما في الجزائر الذي يعد مجالا خصبا للدراسة .

تحديد المفاهيم والمصطلحات:

أولا: الاتجاه

اصطلاحا: الاتجاه في موسوعة علم النفس والتحليل النفسي يعبر عن موقف الفرد إزّاء قضية أو فرد أو جماعة معينة، كما يعكس هذا الموقف من حيث الإيجاب أو السلب أو الحيادية، والاتجاه سواء كان على مستوى الفرد أو الجماعة فهو عملية تقييم أو إصدار حكم معين.[1]

إجرائيا: نقصد بالاتجاه في هذه الدراسة مجموع الأحكام التي تكوّنها المرأة الجزائرية حول المواضيع والقضايا في المدونات المرئية الجزائرية من أفكار ومعتقدات وقيم.

ثانيا: المرأة الجزائرية

اصطلاحا: هي كيان هي كيان إنساني مستقل تتمتع بالقيمة الإنسانية كاملة أسوة بالرجل، ولها حقوق وعليها واجبات مساوية للرجل في جميع المجالات دون استثناء.[2]

إجرائيا: نقصد بالمرأة في هذه الدراسة المرأة الجزائرية بعمر 18 سنة فأكثر، اللاّتي يسكنّ بولاية أم البواقي، ويتابعن مضامين المدونات المرئية الجزائرية بغض النظر عن حالتهنّ الاجتماعية، أو مستواهنّ التعليمي أو مهنتهنّ أو وضعهنّ الاقتصادي.

ثالثا: التّدوين المرئي

لغة: في المعجم الوسيط: دوّن(الديوان): أنشأه أو أجمعه. ودوّن الكتب: جمعها ورتّبها، وهي كلمة معربة.

وكلمة تدوين: هي اسم الفعل من" دوّن يدوّن"، بمعنى التسجيل وهو المقابل العربي للكلمة الإنجليزية Blogging، ويستخدم بمعنى نشر المقالات على الأنترنيت من خلال برامج خاصة.[3]

اصطلاحا: التدوين المرئي هو تقنية جديدة أو نظام يتيح توزيع المحتوى المرئي أو المسموع عبر الأنترنيت، بشكل أسهل وهي في النظام الجديد يقوم محرر المدونات الإلكترونية، وكذلك شركات الإعلام التقليدية بإعداد المحتوى بصيغة صوت وفيديو عوضا عن صيغة المدخلات التقليدية: كالنصوص أو الصور حيث يطلق على الأفراد الذين يعدون المحتوى بهذه الطريقة اسم منتجي الفيديو الإلكتروني Vloggers، وهذا الاسم مشتق من التعبير الأصلي Bloggers.[4]

إجرائيا: نقصد بالتدوين المرئي في هذه الدراسة كل تسجيلات الفيديو من يوميات أو تجارب أو خرجات أو أفكار لأشخاص عاديين عبر الأنترنيت ذات طابع شخصي ذاتي، ويستخدم لعرض انطباعات وتجارب وآراء ومهارات وقضايا تهم المرأة الجزائرية.

رابعا: قنوات اليوتيوب: هي مجموعة القنوات التي تنشأ عبر موقع اليوتيوب، من طرف هواة أو محترفين، يمكن له من خلالها رفع وبث مقاطع الفيديو والتفاعل مع الآخرين.

المدخل النظري للدراسة: يعتبر التأصيل النظري شرطا أساسيا في أي بحث علمي، ولقد عولجت هذه الدراسة في ضوء نظرية الاستخدامات الإشباعات. حيث يعد هذا المدخل أرضية صلبة للعديد من الدراسات لقدرته على إيصال الباحث لفهم الجمهور والتعرف على اتجاهاته وتفضيلاته، وهناك تقارب بين فروض النظرية وتساؤلات الدراسة في:

- النساء اللّواتي تستهدفهنّ الدراسة يعتبرن جمهور نشيط يختار المحتوى الذي يقدم في المدونات المرئية على اختلاف أنواعها ومواضيعها.
- النساء يمتلكن دوافع واحتياجات يلبونها من خلال استخدامهم للمدونات المرئية الجزائرية، وهو الفرض السادس في هذا المدخل (قدرة الأفراد الكافية على تحديد دوافعهم واحتياجاتهم بالطرق المناسبة).

نوع الدراسة ومنهجها:

نوع الدراسة: تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، والتي يتم فيها دراسة الوضع الراهن للظاهرة وتحاول تحليلها وتفسيرها تفسيرا شاملا من أجل استخلاص نتائج على شكل دلالات تساعد على الوصول إلى تعميمات حول هذه الظاهرة المدروسة.[5] بحيث يسعى البحث الوصفي إلى تحديد الظروف والعلاقات الموجودة بين الوقائع والتعرف على اتجاهات الأفراد والجماعات، وهو ما تبحث فيه هذه الدراسة التي تحاول وصف مواقف المرأة الجزائرية نحو مضامين المدونات المرئية الجزائرية، ومعرفة دوافعهنّ من استخدامها من خلال قياس اتجاهاتهنّ.

منهج الدراسة: يعرف المنهج بأنه محاولة منظمة لتقرير وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي كما انه يهدف إلى الوصول لبيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة منها في المستقبل خصوصا في الأغراض العلمية.[6] ولقد تم استخدام المنهج المسحي في هذه الدراسة، ويعرف بأنه الطريقة المثلى لجمع المعلومات من مصادرها الأولية وعرضها في صورة يمكن الاستفادة منها حاضرا ومستقبلا.[7]

واعتمدت الدراسة على أسلوب منهج المسح بالعينة من خلال اختيار عينة من النساء الجزائريات بولاية أم البواقي للكشف عن مواقفهنّ واتجاهاتهنّ نحو المضامين المعروضة في المدونات المرئية الجزائرية.

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث هو مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث والتقصي.[8] ومجتمع البحث في هذه الدراسة يتمثل في النساء الجزائريات المتابعات لمضامين المدونات المرئية الجزائرية. ولكبر مجتمع البحث تم الاعتماد على العينة البحثية التي تعرف على أنها عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع.[9] ولارتباط الدراسة بفترة زمنية محدودة وقصيرة اخترنا العينة المتاحة حيث يقوم الباحث في هذا النوع باختيار عدد من الأفراد الذين يستطيع العثور عليهم في مكان ما وفي فترة زمنية محددة، وبشكل عرضي أي عن طريق الصدفة.[10]

أدوات جمع البيانات:

إنّ نجاح أي بحث علمي، يرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات، حيث أنها تساعد الباحث في التوصل إلى النتائج التي تفيد في الإجابة على تساؤلات الدراسة، ويتحدد اختيار الأدوات المناسبة وفقا لطبيعة المشكلة البحثية وأهدافها، وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على استمارة قياس الاتجاه.

استمارة قياس الاتجاه: تعرف بأنها الأداة التي من خلالها يمكن التعرف على أراء وأفكار المبحوثين حول موضوع البحث، وتمتاز هذه الطريقة بكونها تساعد على جمع معلومات جديدة ومستمدة مباشرة من الواقع.[11] وتهدف هذه الأداة من خلال هذه الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات ومواقف المرأة الجزائرية بولاية أم البواقي نحو مضامين المدونات المرئية الجزائرية، بالإضافة إلى دوافعهم من استخدامها، و تقييمهم لمضامينها، و ذلك من خلال استبيان إلكتروني وزع على المجموعة الفيسبوكية ملتقى الشاويات الفحلات لنساء ولاية أم البواقي عبر صفحة موقع الفيس بوك خلال شهري مارس و أفريل من الموسم الجامعي 2021/2020، و قد تم اختيار هذه المجموعة الفيسبوكية لعدة اعتبارات أهمها أنها تضم عدد كبير من المستخدمات على اختلاف مستوياتهم و اهتماماتهم، كونها مجموعة تعنى بشؤون المرأة في الولاية، و بالتالي سهولة التوصل إلى الأفراد الذين يمثلون عينة الدراسة .

ولقياس الاتجاه تم استعمال مقياس ليكرت لما يتميز به من سهولة الإعداد والتطبيق، كما أنه يعطي المبحوث الحرية في تحديد موقفه ودرجة إيجابية وسلبية هذا الموقف في كل عبارة، الأمر الذي يكشف عن رأيه في بعض القضايا الجزئية، والتي تعتبر معلومات قيّمة للباحث، كما أنّ وجود درجات للمقياس وتطبيقه على عينة تمثيلية لمجتمع البحث يزيد من ثباته[12]، ولقد تم توظيف مقياس ليكرت الثلاثي (موافق، محايد، معارض) في استمارة قياس اتجاه التي تضمنت في صورتها النهائية المحاور الآتية:

المحور الأول: صفات العينة.

المحور الثاني: مدى متابعة المرأة الجزائرية للمدونات المرئية الجزائرية.

المحور الثالث: اتجاهات المرأة الجزائرية نحو المدونات المرئية الجزائرية.

- ولقد تم إعطاء لكل إجابة قيمة عددية صحيحة بحيث يكون الفرق ثابتا بين كل عددين متتاليين، بحيث أعطينا في العبارات الايجابية لدرجة موافق القيمة 3، ولدرجة محايد القيمة 2، ولدرجة معارض القيمة 1، أما في العبارات السلبية فيكون العكس. ولقد تمت الحسابات على النحو التالي:

- النسبة المئوية = التكرار المرجح×100÷(مجموع التكرارات×الدرجة).

- شدة الاتجاه = مجموع التكرارات المرجحة÷عدد أفراد العينة.

- طول الفترة = عدد الفترات ÷عدد قيم المقياس.

- طول الفترة = 2÷3= 0.66. وتم إضافة طول الفترة إلى قيمة الدرجة فتحصلنا على النتائج التالية: 1+0.66=1.66 / 1.67+0.66=2.33 / 2.3+0.66=3.

- وعليه حصلنا على المجالات التالية والتي تخص متوسط شدة الاتجاه: من 1إلى 1.66 اتجاه ضعيف، من 1.67 إلى 2.33 اتجاه محايد، من 2.34 إلى 3 اتجاه قوي.

نتائج الدراسة:

جدول (1): توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة المئوية%
أقل من 25	50	%25
من 25 إلى 40	140	%70
أكثر من 40	10	%5
المجموع	200	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن الفئة العمرية من 25 سنة إلى 40 سنة هي الأعلى نسبة وقدرت بـ 70%، في حين كانت نسبة25% للفئة العمرية أقل من 25 سنة، ونسبة 5% للفئة العمرية أكثر من 40 سنة. نجد أن الفئة العمرية من 25 سنة إلى 40 سنة هي الأكثر تواجد على مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة صفحة الشاويات الفحلات على الفيس بوك أين تم وضع رابط الاستمارة الالكترونية للإجابة عليها.

جدول (2): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المهنة

المهنة	التكرار	النسبة المئوية%
عاملة	120	%60
غير عاملة	80	%40
المجموع	200	%100

وجدنا أن الفئة العاملة هي الأكثر حضورا في نتائج الدراسة بنسبة 60%، في حين أن المرأة غير العاملة بلغت نسبتها 40%، وهذا راجع إلى أنّ المرأة في الجزائر توجهت إلى الحياة العملية بقوة فمن تحمل شهادة جامعية تعمل، ومن ليس لديها شهادة أيضا تعمل بمواهبها سواء في الطبخ وصناعة الحلويات والخياطة والديكور وغيرها.

جدول (3): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية%
ابتدائي	00	%00
متوسط	00	%00
ثانوي	70	%35
جامعي	130	%65
المجموع	200	%100

من خلال النتائج الموضحة في الجدول يتضح لنا أن أغلب المبحوثات في المجموعة الفيسبوكية ملتقى الشاويات والذين يشكلون عينة الدراسة لهنّ مستوى تعليم جامعي وذلك بنسبة بـ 65%. وهذا يعود إلى تحسن المستوى التعليمي في الجزائر، فحسب آخر إحصائيات لوزارة التعليم العالي فإنها تسجل سنويا 400 ألف خريج جامعة متحصل على شهادة،[13] بينما قدرت نسبة المبحوثات الذين لهنّ مستوى تعليم ثانوي بـ 35%.

جدول (4): يبين مدى متابعة المرأة الجز ائرية للمدونات المرئية الجز ائرية

العبارات	التكرار	النسبة المئوية%
نعم	200	%100
لا	00	%00
المجموع	200	%100

كل المبحوثات اللاتي أجبن على هذه الاستمارة الالكترونية يتابعن مضامين ومحتويات المدونات المرئية الجزائرية، ويرجع ذلك إلى كون التدوين المرئي صار أحد أكثر أساليب الإعلام الجديد استخداما ومتابعة، لما له من سمات المتعة والجاذبية والقدرة على التأثير باستخدام الوسائط المتعددة كالصوت والصورة والمؤثرات.

جدول (5): يبين أسلوب متابعة المرأة الجز ائرية لمحتوى المدونات المرئية الجز ائرية

مو اقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية%
اليوتيوب	150	%52
الفيس بوك	120	%42
سنا بشات	00	%00
انستغرام	15	%6
المجموع	285	%100

تتابع المرأة الجزائرية محتوى المدونات المرئية الجزائرية عبر موقع اليوتيوب بنسبة52% وقد مثلت أعلى نسبة في نتائج الجدول، تليها المتابعة عبر صفحات الفيس بوك بنسبة 42%، ونسبة 6% للأنستغرام، في حين تنعدم نسبة متابعتها عبر السناب شات، و نفسر هذه النتائج بكون موقع اليوتيوب يستخدم تقنية الأدوب فلاش لعرض المقاطع المتحركة، وبتنوع محتواه بين مقاطع الأفلام والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديوهات المنتجة من قبل الهواة أو المحترفين،[14] مما جعله يحظى بشعبية عالمية

وسط المستخدمين بكل فئاتهم وأعمارهم واختلافاتهم الفكرية والثقافية تخطى بها وسائل الإعلام التقليدية كلها مجتمعة معا، حيث اعتبرته مجلة "تايمز الأمريكية" اختراع العام لسنة 2006.

جدول (6): يمثل نوع مضامين المدونات المرئية الجزائرية التي تتابعها المرأة الجزائرية

نوع المدونات المرئية الجزائرية	التكرار	النسبة المئوية%
السياسية	5	%1
السياحية	25	%3
التعليمية	11	%2
الاجتماعية	75	%12
التثقيفية	15	%2
الوثائقية	00	%00
الدينية	85	%13
التجميل والأزياء	100	%16
الديكور والأناقة	90	%14
الطبخ	150	%24
الأسرة والطفل	60	%9
الاقتصادية	00	%00
التسوق	100	%16
المجموع	616	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن مدونات الطبخ تحتل المرتبة الأولى بنسبة 24%، أما المرتبة الثانية فكانت بنسبة 16% لكل من مدونات التسوق والتجميل على حد سواء، ومدونات الديكور والأناقة احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 14%، في حين المدونات الدينية كانت نسبتها 13% والاجتماعية12% ومدونات الأسرة والطفل9% ما يلاحظ من خلال

هذه النتائج أنّ المرأة الجزائرية لم تتغير اهتماماتها من وسائل الإعلام التقليدية إلى الإعلام الجديد فهي تولي أهمية في كليهما للطبخ والأفكار المنزلية والديكور والتسوق بعيدا عن المدونات السياسية والثقافية والاجتماعية، كون هذه المواضيع تفيدهن في حياتهن اليومية فالمرأة تهتم برشاقتها وأنوثتها من خلال متابعتها لفيديوهات التبييض والتخسيس والماكياج والحلاقة وغيرها، وتهتم أيضا بتعلم مهارات وفنون الطبخ بأنواعه ويمكن إرجاع هذا الاهتمام الكبير من المرأة بعالم الموضة والأناقة كون أغلب المبحوثات من الفئة العمرية الشابة اليافعة التي تتميز بالحيوية والنشاط والفضول وحبها للتغيير والتجديد لمواكبة موضة العصر في كل ميادين الأناقة والأزياء .

جدول (7): يمثل اليوتوبرز المفضل لدى المرأة الجز ائرية

اليوتوبرز	التكرار	النسبة المئوية%
أميرة ريا	90	%15
أنس تينا	100	%17
يوسف زروطة	10	%1
شمس الدين العمر اني DZ JOKER	95	%16
أم وليد	180	%31
سارة رجيل	85	%14
مايا رجيل	15	%3
Mister x	15	%3
المجموع	590	%100

أجمعت المبحوثات على اليوتوبرز أم وليد كمتصدرة لقائمة اليوتوبرز الجزائرية الأكثر مشاهدة بنسبة 31%، يليها اليوتوبر أنس تينا بنسبة17%، ثم شمس الدين العمراني DZ JOKER بنسبة16%، ثم أميرة ريا بنسبة 15%، تليها سارة رجيل بنسبة 14%، و تحتل اليوتوبرز أم وليد الصدارة في عالم التدوين المرئي النسوي في الجزائر والتي تحولت

إلى أشهر مرجع للجزائريات في الطبخ بعدد مشتركين في قناتها وصل إلى أكثر من 7 ملايين مشترك، وقد تعدت عدد المشاهدات لفيديوهاتها عتبة مليار و400 مليون مشاهدة[15]، بينما تتباين نسبة الاهتمام بباقي المدونات بتباين تفضيلات و اهتمامات كل واحدة من المستخدمات .

جدول (8): يمثل أسلوب تفاعل المرأة الجز ائرية مع المدونات المرئية الجز ائرية

أسلوب التفاعل	التكرار	النسبة المئوية%
التحميل منه	55	%15
تكتفي بالمشاهدة فقط	110	%30
مشاركة الفيديو عبر صفحات مو اقع التواصل الاجتماعي	150	%40
التعليق على مقاطع الفيديو	35	%9
مراسلة الأعضاء الآخرين في الموقع	2	%1
الرد على التعليقات	15	%5
المجموع	367	%100

تتفاعل المرأة الجزائرية مع محتوى المدونات المرئية الجزائرية بشكل أكثر من خلال مشاركتها للفيديوهات المعروضة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 40%، في حين تتفاعل فئة أخرى من خلال تحميل الفيديوهات بنسبة 15%، في حين أنّ نسبة 30% منهن يكتفين بالمشاهدة فقط، ونسبة 9% يتفاعلن من خلال التعليق على مقاطع الفيديو، و هذا ما تؤكده فكرة التفاعلية التي جاءت بها وسائط الإعلام الجديد من خلال سهولة مشاركة الفيديو والتعليق عليه بحيث مكنت المدونات بأنواعها المكتوب والمسموع والمرئي جمهورها من التفاعل مع المواضيع والمواد المنشورة والمشاركة فيها وإبداء الرأي حولها من خلال خاصية

التعليق المتاحة، والتي عبر عنها الدكتور"سعود كاتب" بأنها من مظاهر التميز فخاصية توفير مصادر المعلومات والتسلية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة هي خاصية وإضافة جديدة لا توفرها الوسائل التقليدية وهي التفاعل أي قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة للتحديث تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين.[16]

جدول (9): يبين هدف المرأة الجز ائرية من متابعة برامج المدونات المرئية الجز ائرية

الهدف	التكرار	النسبة المئوية%
التسلية والترفيه	75	%18
ملأ وقت الفراغ	125	%29
معالجة مشاكل الو اقع الاجتماعي	66	%15
حب الاطلاع على المستجدات	90	%21
التعبيرعن مشاكلك وهمومك	35	%8
لزيادة خبرتك في التعامل مع الآخرين	00	%00
محاربة بعض الآفات الاجتماعية	40	%9
المجموع	431	%100

من خلال الجدول نجد أنّ المرأة الجزائرية تتابع مضامين المدونات المرئية الجزائرية بهدف ملأ وقت الفراغ بنسبة 29%، بالإضافة إلى حب الاطلاع على المستجدات21%، وكذا التسلية والترفيه بنسبة 18% ومعالجة مشاكل الواقع الاجتماعي بنسبة15%. فاليوتيوب يوفر 48 ساعة فيديو يتم رفعها إلى موقع اليوتيوب كل دقيقة، وهذا يعني أننا لو أردنا مشاهد جميع المقاطع التي رفعت خلال يوم واحد فسنحتاج 8 سنوات من المشاهدة المتواصلة.[17] فهو بذلك يعتبر أكثر وسيلة تمكّن مستخدمها من ملأ وقت الفراغ والتسلية والترفيه التي يرغب بها في أي وقت وأي مكان المهم أنه متصل

بالانترنيت، و تتنوع أهداف المتابعة بتنوع اهتمامات كل فئة من النساء، و تتحكم في هذه الاهتمامات المستوى التعليمي، و النظرة لهذه الوسائط الجديدة التي تعتبرها مجرد وسيلة للتسلية و الترفيه في كثير من الأحيان لا أكثر، مما يجعل الاستخدام مرتبط بشكل كبير بهذه النظرة .

جدول (10): يمثل اتجاه المرأة الجزائرية نحو عبارة: يعتبر التدوين المرئي وسيلة فعالة للتعبير

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
موافق	135	405	%68
محايد	20	40	%10
معارض	45	45	%22
المجموع	200	490	%100
متوسط شدّة الاتجاه	2.45		

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أنّ النسبة الأكبر من النساء المبحوثات والمقدرة بـ 68% يوافقون على عبارة " يعتبر التدوين المرئي وسيلة فعالة للتعبير"، بينما عارضها22% منهن، في حين لم يحدد ما نسبته10% من النساء موقفهن من هذه العبارة. وقد بلغ متوسط شدّة الاتجاه 2.45، ويمكن القول أنّ المدونات المرئية في الجزائر رغم قصر المدة الزمنية التي ظهرت فيها إلا أنها استطاعت أن تصبح منبرا حرا للتعبير، ووسيلة فعالة لإبداء الرأي والأفكار والأعمال والخبرات بكل حرية ودون ضغوط، مما جعلها تحظى بقبول وشهرة واسعين وسط المتابعات الجزائريات.

جدول (11): يمثل اتجاه المرأة الجز ائرية نحو عبارة: يمكّن التدوين المرئي من الوصول إلى المستخدمين بيسر وسهولة

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
مو افق	165	495	%83
محايد	15	30	%7
معارض	20	20	%10
المجموع	200	545	%100
متوسط شدّة الاتجاه	2.72		

من خلال الجدول يتبين لنا أنّ أكبر عدد من المبحوثات يوافقن على عبارة" يمكّن التدوين المرئي من الوصول إلى المستخدمين بيسر وسهولة" بنسبة83%، لكن عارض ذات العبارة ما نسبته 10% من النساء المبحوثات، في حين كانت نسبة النساء اللواتي بقين على الحياد ولم يحددن موقفهن مقدرة ب7% وقد بلغ متوسط شدّة الاتجاه 2.72 وهو بذلك يعكس اتجاها قويا نحو هذه العبارة، و يمكن القول أنّ المدونات المرئية ترتكز في عملها على أهم موقع لمشاركة الفيديو وهو اليوتيوب والذي لم يعد يستغني عنه الجمهور بفضل مميزاته المتنوعة والمتعددة، فهو عام ومجاني بحيث يمكّن جميع مستخدميه من الوصول إلى المتلقين بكل سهولة ودون عناء. وأيضا لما يتمتع به من سهولة الاستعمال من قبل العامة في تحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع، ويوفر أدوات داعمة للتواصل بين المتلقين بكل يسر.[18]

جدول (12): يمثل اتجاه المرأة الجز ائرية نحو عبارة: تطرح المواضيع والقضايا بشكل جديد بعيدا عن الموضوعات التقليدية

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
مو افق	170	510	%85
محايد	10	20	%5
معارض	20	20	%10
المجموع	200	550	%100
متوسط شدّة الاتجاه	2.75		

يوضح لنا الجدول أنّ نسبة 85% من المبحوثات وافقن على العبارة القائلة أنّ " المدونات المرئية الجزائرية تطرح المواضيع والقضايا بشكل جديد بعيدا عن الموضوعات التقليدية"، في حين عارض هذه العبارة ما نسبته 10% من المبحوثات، كما بقي 5% على الحياد، ونجد أنّ متوسط شدّة الاتجاه بلغ 2.75، و نفسر هذه النتيجة بكون التدوين المرئي عبر اليوتيوب لا يحتاج إلى معدات كثيرة ولا إلى أبنية ضخمة للعمل كما في وسائل الإعلام التقليدية يكفي أن تكون مزودا بكاميرا رقمية، وهذا ما سهّل من عملية إنتاج ونشر الفيديو وأعطاه نمطا جديدا في الطرح من حيث أسلوب عرض المضمون و نشره و التفاعل معه، فالفيديو نجده مصورا في كل مكان يتواجد فيه اليوتوبرز في الغرفة، أو المطبخ، أو الشارع، أو السيارة بعيدا عن بروتوكولات الأستديوهات التقليدية وبأسلوب عفوي ولغة يفهمها جميع فئات المجتمع، كل ذلك أدى إلى تداول كم هائل من المعلومات بشأن العديد من الأحداث و القضايا في شتى المجالات و من طرف شرائح واسعة من المستخدمين في المجتمع .

جدول (13): يمثل اتجاه المرأة الجز ائرية نحو عبارة: تطرح المدونات المرئية الجز ائرية مواضيع وقضايا من عمق المجتمع الجز ائري

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
مو افق	153	459	%77
محايد	2	4	%1
معارض	45	45	%22
المجموع	200	508	%100
متوسط شدّة الاتجاه	2.54		

يتبين لنا من خلال الجدول أنّ نسبة المبحوثات اللواتي وافقن على عبارة " تطرح المدونات المرئية الجزائرية مواضيع وقضايا من عمق المجتمع الجزائري" كانت أعلى نسبة وقدرت بـ77% ، بينما عارضت هذه العبارة 22% من المبحوثات، في حين نسبة 1% لم يبدن موقفهن من هذه العبارة، ولقد بلغ متوسط شدّة الاتجاه 2.54، و يمكن القول أنّ أغلب مواضيع المدونات المرئية الجزائرية مستمدة من الواقع الجزائري المعاش، ومن جوهر المجتمع الجزائري وهذا ما أكده اليوتوبرز الجزائري "أنس تينا" حيث صرح بأن المواضيع التي تناولها في قناته منها ما عايشها ومنها ما عايشها أفراد عائلته أو أصدقائه وأيضا من خلال الاحتكاك مع الجمهور الذي يطرح بعض مشكلاته ليتم نشرها ومناقشتها عبر قناته في اليوتيوب[19]، و من جهة أخرى يمكن القول أنّ أصحاب هؤلاء المدونات يحاولون مشاركة الكثير من الأفراد اهتماماتهم، من أجل جذب الانتباه، و الحصول على نسب عالية من المتابعة، لذلك فكل واحد منهم يسعى إلى الاستحواذ على اهتمام المستخدمين من خلال التركيز على المواضيع و القضايا التي تثير الاهتمام و تجذب الانتباه.

جدول (14): يمثل اتجاه المرأة الجز ائرية نحو عبارة: استطاعت المدونات المرئية أن تحرر المرأة من النسق الثقافي التقليدي

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
مو افق	175	525	%88
محايد	25	50	%12
معارض	00	00	%00
المجموع	200	575	%100
متوسط شدّة الاتجاه	2.87		

من خلال الجدول يتضح لنا أنّ أكبر عدد من المبحوثات وافقن على عبارة"استطاعت المدونات المرئية أن تحرر المرأة من النسق الثقافي التقليدي "حيث قدرت نسبتهم بـ 88%، بينما لم تبد نسبة 12% موقفهن من العبارة وبقين على الحياد، وقد كما بلغ متوسط شدّة الاتجاه 2.87 وهو يعكس اتجاها قويا لهذه العبارة. بحيث أصبحت المرأة الجزائرية مساهمة في هذا النمط الاتصالي الجديد بعيدا عن رقابة وسلطة النسق الثقافي التقليدي الذي يحكم طريقة تواجد المرأة في المجتمع، فالمرأة الجزائرية من خلال هذه المدونات وما تتميز به من خصائص استطاعت أن تكون صانعة لمحتوى خاص بها ومؤثرة أيضا بفعل ما تطرحه من مواضيع بعيدا عن القيود المفروضة، ونظرة المجتمع الذي يعتبر ذلك من الطابوهات.

جدول (15): يمثل اتجاه المرأة الجز ائرية نحو عبارة: حققت المدونات المرئية التواصل الفعال والهادف بين النساء الجز ائريات

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
مو افق	170	510	%85
محايد	10	20	%5
معارض	20	20	%10
المجموع	200	550	%100
متوسط شدّة الاتجاه	2.75		

يتضح لنا من خلال الجدول أنّ غالبية المبحوثات وافقن على العبارة القائلة بأن"المدونات المرئية حققت التواصل الفعال والهادف بين النساء الجزائريات "بنسبة 85%، في حين جاءت نسبة المعارضات لهذه العبارة مقدرة بـ 10%، ونسبة النساء اللواتي لم يبدن موقفهن منها 5%. في حين نجد متوسط شدّة الاتجاه 2.75. وهذا لاحظناه كثيرا في تعليقات المتابعات حيث كان تفاعلا مستمرا من خلال تبادل الآراء والأفكار والخبرات فيما بينهن في مختلف جوانب حياتهنّ اليومية. مثل فيديو اليوتوبرز "أم وليد" بعنوان "تحلية الغيوم" والذي نشرته بتاريخ26.04.2021 قد تخطت تعليقاته 221الف تعليق تنوعت بين من أشادت بالوصفة بعد تجربتها الشخصية لها وبين من وضعت رابط لقنوات أخرى يوتيوبية للاستفادة وبين من تعرض أعمالها المنزلية للبيع.

جدول (16): يمثل اتجاه المرأة الجز ائرية نحو عبارة: الموضوعات المقدمة في المدونات المرئية الجز ائرية

تراعي القيم الدينية والعادات والتقاليد والأعراف والاجتماعية

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
مو افق	50	150	%25
محايد	100	200	%50
معارض	50	50	%25
المجموع	200	400	%100
متوسط شدّة الاتجاه	2		

يتضح لنا من خلال الجدول أنّ نسبة المبحوثات اللواتي لم يبدن رأيهن نحو هذه العبارة"الموضوعات المقدمة في المدونات المرئية الجزائرية تراعي القيم الدينية و العادات و التقاليد و الأعراف والاجتماعية "هي الأكبر وقد قدرت بـ50%، وفي حين كانت النسبة المقدرة بـ25% لكل من الموافقات والمعارضات لهذه العبارة على حد سواء، كما أن متوسط شدّة الاتجاه قد بلغ 2 مما يعني اتجاها محايدا نحو هذه العبارة، و عليه فإن الحرية المطلقة التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات المرئية خاصة، جعلتها تتخطى في بعض مواضيعها قيم و أعراف وعادات المجتمع الجزائري مثل استخدام الألفاظ البذيئة التي تصل إلى حد الكلام الفاحش في بعض المدونات المرئية، وكذا طرح بعض المواضيع التي تعتبر من الطابوهات في المجتمع الجزائري.

جدول (17): يمثل اتجاه المرأة الجز ائرية نحو عبارة: جل المواضيع المطروحة ذات بعد إيجابي

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
مو افق	15	45	%8
محايد	65	130	%32
معارض	120	120	%60
المجموع	200	295	%100
متوسط شدّة الاتجاه	1.47		

من خلال الجدول نجد أنّ نسبة المبحوثات اللواتي عارضن عبارة "جل المواضيع المطروحة ذات بعد إيجابي" كانت الأكبر حيث قدرت بـ60%، تليها 32% نسبة النساء اللواتي لم يبدن موقفهن منها، وأخيرا 8% نسبة النساء اللواتي وافقن على العبارة، وقد كما بلغ متوسط شدة الاتجاه 1.47 أي اتجاها ضعيفا نحو هذه العبارة، و هذه النتيجة تؤكد أنّ التدوين المرئي في الغالب يأخذ الطابع الشخصي، و يتخذ منه صاحبه وسيلة للتعبير عن آراءه و أفكاره و اهتماماته لتصل للآخرين بسهولة، و بالتالي فهي لا تؤسس في الغالب عل تقديم المواضيع الهادفة ذات الطرح العميق و الجاد، و يمكن القول أنّ اليوتوبرز الجزائري عليه استيعاب فكرة أن النجاح لا يعني التحايل ونشر المغالطات والإشاعات والمحتويات الساقطة ذوقيا، بل عليه أن يعمل جاهدا لتقديم محتوى راقي وهادف وممتع.[20]

جدول (18): يمثل اتجاه المرأة الجز ائرية نحو عبارة: أثرت المدونات المرئية على طريقة تفكير المرأة وتغيير عاداتها

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
مو افق	190	570	%95
محايد	10	20	%5
معارض	00	00	%00
المجموع	200	590	%100
متوسط شدّة الاتجاه	2.95		

يتضح لنا من خلال الجدول أنّ نسبة المبحوثات الموافقات على العبارة القائلة " أثرت المدونات المرئية على طريقة تفكير المرأة وتغيير عاداتها" هي الأكبر وقدرت بـ 95%، أما نسبة المحايدات قدرت بـ5%، في حين تنعدم نسبة المعارضات لهذه العبارة، وقد بلغ متوسط شدّة الاتجاه2.95 وهو يعكس اتجاها قويا نحو العبارة. و قد لعبت المدونات المرئية الجزائرية دورا مهما في تخليص النساء الجزائريات من قيود العادات والتقاليد والأعراف التي فرضها المجتمع على مرّ الزمن، فغيرت من طريقة تفكيرها نحو الكثير من المواضيع وأيضا غيرت عاداتها. حيث نجدها تتحدث على تجاربها الحياتية مثل زواجها وحتى مشاكلها العائلية بكل جرأة ودون اعتبارات مجتمعية كما كان يحدث سابقا، وتبحث لها عن حلول في تجارب الآخرين المعروضة عبر هذا النوع من المدونات. كما مكّنتها أيضا من المشاركة الفعّالة واتخاذ القرار في كثير من الأحيان على مستوى العائلة والمؤسسة والمجتمع.

جدول (19): يمثل اتجاه المرأة الجزائرية نحو عبارة: النسبة الأكبر من الفيديوهات من صنع الهواة

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
موافق	200	600	%100
محايد	00	00	%00
معارض	00	00	%00
المجموع	200	600	%100
متوسط شدّة الاتجاه	3		

من خلال الجدول يتضح أنّ كل المبحوثات أجمعن على موافقتهن لعبارة "النسبة الأكبر من الفيديوهات من صنع الهواة"بنسبة 100% ، حيث نجد متوسط شدّة الاتجاه قد بلغ 3 وهو بهذا يعكس اتجاها قويا نحو العبارة. وهذا راجع إلى اعتماد التدوين المرئي أساسا على موهبة صانع المحتوى وقدرته على التأثير والتنشيط، ويعتبر صناع المحتوى بمثابة مؤثرين لهم خصائص تؤهلهم لمخاطبة الآخرين غالبا ما ترتكز هذه الخصائص على الجرأة في الطرح والقدرة على الإقناع، ورسم أهداف محددة.

جدول (20): يمثل اتجاه المرأة الجز ائرية نحو عبارة: المدونات المرئية الجز ائرية تعبر عن انشغالات المرأة ومطالبها.

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
مو افق	110	330	%55
محايد	00	00	%00
معارض	90	90	%45
المجموع	200	420	%100
متوسط شدّة الاتجاه	2.1		

يوضح لنا الجدول أنّ أغلب المبحوثات يوافقن على عبارة" المدونات المرئية الجزائرية تعبر عن انشغالات المرأة ومطالبها " ولقد قدرت نسبتهن بـ 55%، في حين عارضتها ما نسبته45%، وقدر متوسط شدّة الاتجاه بـ 2.1، لقد عبّرت المدونات المرئية عن ذات المرأة ومشاكلها ونجاحاتها بكل جرأة غير مسبوقة في الإعلام التقليدي، إلا أن الصورة النمطية السلبية للمرأة الجزائرية مازالت حاضرة ضمن هذا الطرح. حيث مازال المجتمع الجزائري يتعامل مع المرأة بمنطق الذكورية يجيز له ما يشاء على عكسها، حيث مازالت تعاني من كل أشكال العنف اللفظي والنفسي والجسدي في الأسرة وفي الشارع وفي العمل، مثل فيديو اليوتوبرز "أنس تينا" المعنون بـ" المرأة في الجزائر" والذي نشره بتاريخ 07.03.2016 يسخر من مشاركة المرأة في تنمية المجتمع بمنطق ذكوري.

جدول (21): يمثل اتجاه المرأة الجز ائرية نحو عبارة: تستفيد المرأة الجز ائرية من المدونات المرئية الجز ائرية في اكتساب مهارات جديدة ومتنوعة

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
مو افق	150	450	%76
محايد	25	50	%12
معارض	25	50	%12
المجموع	200	550	%100
متوسط شدّة الاتجاه	2.75		

يتبين لنا من خلال الجدول أن أغلب النساء المبحوثات وافقن على عبارة " تستفيد المرأة الجزائرية من المدونات المرئية الجزائرية في اكتساب مهارات جديدة ومتنوعة" بنسبة76%، في حين عارضت هذه العبارة ما نسبته 12% من المبحوثات ونفس النسبة للمحايدات اللواتي لم يبدن رأيهن حول هذه العبارة، كما بلغ متوسط شدّة الاتجاه 2.75 ويعني ذلك اتجاها قويا نحو العبارة، و تعبر هذه النتيجة على الاستفادة الكبيرة من الخدمات التي أتاحتها الوسائط الجديدة، فهذه الوسائط لم يكن لها تأثيرات سلبية فقط، بل فتحت المجال واسعا لإبراز المواهب و التعبير عن الآراء و الأفكار، و عليه فقد مكّنت وسائل الإعلام الاجتماعي النساء على المستوى الفردي من زيادة الاحترام الذاتي، وزيادة الثقة وزيادة فرص العمل، أما على المستوى الجماعي فمكّنتهنّ من تحسين أعمال المناصرة النسويّة، وممارسة الأنشطة القائمة على شبكات العمل وتوسيع دورها الاقتصادي. [21]

جدول (22): يمثل اتجاه المرأة الجزائرية نحو عبارة: حضور المرأة في المدونات المرئية الجزائرية محدود من حيث المساهمة والتأطير

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
موافق	40	40	%20
محايد	80	160	%40
معارض	80	240	%40
المجموع	200	440	%100
متوسط شدّة الاتجاه	2.2		

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر عدد من النساء المبحوثات عارضن العبارة القائلة "حضور المرأة في المدونات المرئية الجزائرية محدود من حيث المساهمة والتأطير" بنسبة قدرت بـ 40%، ونفس النسبة عبرن عنها النساء المحايدات لهذه العبارة، وقدرت نسبة النساء الموافقات لهذه العبارة بـ 20%. كما قدر متوسط شدة الاتجاه بـ 2.2، ونستنتج أنّ المدونات المرئية لاقت صدى واسع الانتشار بين النساء الجزائريات من حيث متابعتهنّ لهذا النوع من التدوين، لكن من حيث تأسيس قنوات اليوتيوب وتفعيلها نجد قنوات الطبخ والتجميل والأزياء والديكورات هي الغالبة، مع بعض القنوات التعليمية التي تؤسسها بعض المعلّمات الجزائريات لشرح الدّروس، ومن جهة أخرى فإنه في الغالب تكون نسبة الاستخدام أكثر من نسبة المساهمة في صناعة المحتوى.

جدول (23): يمثل اتجاه المرأة الجز ائرية نحو عبارة: خلق التدوين المرئي مساحات واسعة للتعبير لدى المرأة الجز ائرية

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
مو افق	110	330	%55
محايد	00	00	%00
معارض	90	90	%45
المجموع	200	420	%100
متوسط شدّة الاتجاه	2.1		

يوضح لنا الجدول أنّ أغلبية النساء المبحوثات يوافقن على عبارة "خلق التدوين المرئي مساحات واسعة للتعبير لدى المرأة الجزائرية" وذلك بنسبة 55%، في حين بلغت نسبة المعارضات لها 45%. وقد بلغ متوسط شدّة الاتجاه 2.1، ويمكن القول أنّ فضاء التدوين المرئي الجزائري يضم تنوعا كبيرا في المحتوى، ولقد فتح للنساء الجزائريات باب الحديث حول القضايا المتعلقة بها، والتي لم يكن باستطاعتها سابقا الحديث حولها.

جدول (24): يمثل اتجاه المرأة الجز ائرية نحو عبارة: المواضيع المعروضة في المدونات المرئية الجز ائرية مكررة ومستنسخة

نوع الشدّة	التكرار	التكرار المرجح للشدّة	النسبة المئوية%
مو افق	45	45	%23
محايد	63	126	%31
معارض	92	276	%46
المجموع	200	447	%100

متوسط شدّة الاتجاه	2.23

يتضح لنا أنّ أغلبية المبحوثات يعارضن عبارة " المواضيع المعروضة في المدونات المرئية الجزائرية مكررة ومستنسخة" بنسبة 46%، بالمقابل تقدر نسبة الموافقين بـ 23%، أما اللواتي لم يبدن رأيهن اتجاه هذه العبارة بلغت نسبتهن 31%. وقد بلغ متوسط شدّة الاتجاه 2.23 وهو بذلك اتجاها محايدا نحو العبارة. لاحظنا الكثير من مواضيع المدونات المرئية الجزائرية مكررة في أكثر من قناة يوتيوب، مع حرص اليوتوبرز على تقديمها بأسلوبه الخاص مثل فيديو "مانسوطيش" لليوتوبرز "شمس الدين جوكر" وفيديو" راني زعفان" لليوتوبرز "أنس تينا" فهما يحملان نفس الفكرة لكن كل منهما عرضه بأسلوبه الذي تعوّد عليه الجمهور، وهذا الأمر ينطبق أيضا على بعض المدونات الخاصة بالطبخ والديكور والتجميل نجدها تحتوي على مجموعة من المواضيع المكررة والمستنسخة من المدونات المرئية العربية والأجنبية.

جدول (25): يوضح ماذا أضافت المدونات المرئية الجز ائرية لشخصية المرأة الجز ائرية

العبارات	التكرار	النسبة المئوية%
تجاوزت القيود المجتمعية المفروضة في الو اقع	95	%36
فتحت مجالات للتعبير بكل حرية عن كل المواضيع	100	%38
غيرت طريقة تفكيرك اتجاه القضايا الحساسة في المجتمع	12	%5
تطوير تفكيرك وأساليب في حياتك الشخصية	58	%21
المجموع	265	%100

ترى أغلب المبحوثات أنّ المدونات المرئية الجزائرية فتحت لها مجالات واسعة للتعبير بكل حرية عن كل المواضيع التي تهمها بنسبة 38%، ومكنتها من تجاوز العديد من القيود المجتمعية المفروضة عليها في الواقع بنسبة 36% ، ولقد طورت من تفكيرها وأضافت لها أساليب حديثة في حياتها الشخصية بنسبة قدرت بـ 21%، أما نسبة5% منهن فترى أنّ المدونات غيرت من تفكيرها اتجاه القضايا الحساسة في المجتمع.

النتائج العامة للدراسة:

- للمرأة الجزائرية اتجاه قوي نحو التدوين المرئي باعتباره وسيلة فعالة للتعبير.
- اتجاه المرأة الجزائرية قوي نحو يمكّن التدوين المرئي من الوصول إلى المتلقين بيسر وسهولة.
- للمرأة الجزائرية اتجاه قوي نحو طرح المدونات المرئية للمواضيع والقضايا بشكل جديد بعيدا عن الموضوعات التقليدية.
- اتجاه المرأة الجزائرية قوي نحو طرح المدونات المرئية الجزائرية للمواضيع والقضايا من جوهر المجتمع الجزائري.
- اتجاه المرأة الجزائرية قوي نحو تحرير المدونات المرئية الجزائرية للمرأة من النسق الثقافي التقليدي.
- للمرأة الجزائرية اتجاه قوي نحو الدور الذي تقوم به المدونات المرئية في تحقيق التواصل الفعّال والمثمر بين النّساء الجزائريات.
- اتجاه المرأة الجزائرية محايد نحو احترام مواضيع المدونات المرئية الجزائرية لحدود عاداتنا وتقاليدنا الدينية والاجتماعية.
- للمرأة الجزائرية اتجاه ضعيف نحو البعد الايجابي للمواضيع المطروحة عبر المدونات المرئية الجزائرية.

- للمرأة الجزائرية اتجاه قوي نحو تأثير المدونات المرئية على طريقة تفكيرها وتغيير عاداتها.
- اتجاه المرأة الجزائرية قوي نحو النسبة الأكبر من الفيديوهات من صنع الهواة.
- اتجاه المرأة الجزائرية محايد نحو تعبير المدونات المرئية عن انشغالات المرأة ومطالبها المجتمعية.
- اتجاه المرأة الجزائرية قوي نحو استفادتها من المدونات المرئية الجزائرية في اكتساب مهارات جديدة ومتنوعة.
- للمرأة الجزائرية اتجاه محايد نحو محدودية حضور المرأة مساهمة وتأطيرا في المدونات المرئية الجزائرية.
- للمرأة الجزائرية اتجاه محايد نحو خلق التدوين المرئي لمساحات واسعة للتعبير لدى المرأة الجزائرية.
- اتجاه المرأة الجزائرية محايد نحو البرامج المعروضة في المدونات المرئية الجزائرية مكررة ومستنسخة.

خاتمة:

يعد التدوين المرئي في الجزائر نمطا اتصاليا جديدا فتح مجالا واسعا للمستخدمين للتعبير عن آرائهم وأفكارهم وعرض أعمالهم ومهاراتهم، وقد وجدت فيه المرأة الجزائرية كل ما تبحث عنه بعيدا عن الإعلام التقليدي الذي ضيق من طموحها وأضعف مكانتها المجتمعية فيه، فكانت المدونات المرئية الجزائرية بكل المواضيع والمضامين المقدمة فيها بديلا لها تعبر عن اهتماماتها الشخصية ومختلف قضاياها المجتمعية، إلا أنّ التدوين المرئي بالنسبة للمرأة الجزائرية تحكمه عدة اعتبارات أهمها طبيعة المجتمع و العادات و الأعراف و القيم التي تحكمه من جهة، و الصورة الذهنية المشكلة عن المرأة بشكل عام، على الرغم من المرأة و من خلال الوسائط الجديدة و

استخداماتها استطاعت تجاوز الكثير من القيود المفروضة، و التضييق الممارس على نشاطها عبر هذه الوسائط .

الهوامش:

فرج عبد القادر طه وآخرون: **موسوعة علم النفس والتحليل النفسي**، ط1، دار سعاد [1] الصباح، الكويت، 1993، ص23.

[2] عدنان أبو مصلح: **معجم علم الاجتماع**، دار الأسامة المشرق الثقافي، عمان، د ت، ص300.

[3]جمال الزرن: **المدونات وسلطة التدوين**، مجلة الشؤون العربية، العدد130، جويلية 2007، ص165.

[4] مصطفى يوسف كافي: **الاعلام المعاصر وتحديات العولمة**، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص115.

[5] أحمد بن مرسلي: **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال**،ط2، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، 2005، ص51.

[6]محمد شلبي: **المنهجية في التحليل السياسي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص286.

[7] أحمد بن مرسلي: مرجع سبق ذكره، ص286

موريس أنجرس: **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2004، ص62. [8]

محمد عبد الحميد: **نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير**، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص133.[9]

طه عبد العاطي نجم: **مناهج البحث الإعلامي**، ط1، دار كلمة للنشر والتوزيع، مصر، 2015، ص133.[10]

[11] عمار بوحوش: **دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية**، المؤسسة الوطنية للكتاب، بيروت، 1982، ص57.

[12] معن خليل عمر: **مناهج البحث في علم الاجتماع**، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع،الأردن، 2004، ص-ص، 266-267.

[13] https://www.elbilad.net/article تم الاطلاع عليها 22.04.2021، على الساعة 22:13.

[14] رضا عبد الواجد أمين: **استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنيت**، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد- تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين7-9 أفريل2009، ص521.

[15] https://www.aljazeera.net تم الاطلاع عليها في 22.04.2021، على الساعة 23:28.

[16] عباس مصطفى صادق: **الإعلام الجديد التحديات والفرص**، بحث مقدم إلى مؤتمر مكة المكرمة الحادي عشر التحديات الإعلامية في عصر العولمة، المملكة العربية السعودية، 2010، ص15 .

[17] ياس خضير البياتي: **الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة**،ط1، دار البداية ناشرون وموزعون،الأردن، 2014، ص-ص،341-342.

[18] خالد غسان يوسف المقدادي: **ثورة الشبكات الاجتماعية**،د ط،دار النفائس للنشر والتوزيع،الأردن، 2013، ص-ص، 44-45.

تم الاطلاع على المقابلة بتاريخ 22.04.2021، على الساعة:

[19] https://www.alarabiya.net23:36.

[20] بن عزة إبراهيم الخليل: **نجاحات محتوى المدوّنين ظاهرة صحية والرهان على الاستمرارية**، حوار على الرابط https://www.echoroukonline.com، تم الاطلاع بتاريخ 22.04.2021، على الساعة 23:57.

[21] سهام قنيفي: **وسائل الإعلام الاجتماعي والمرأة الجزائرية: فضاءات حرة للتعبير**، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد6، العدد2،مركز الحكمة للبحوث والدراسات، الجزائر، ص68.

التدوين الإلكتروني النسوي ومسؤولية الحفاظ على القيم الاجتماعية

ط.د خولة ركروك (جامعة سطيف 2) *khaoula.dr18@gmail.com*

ط.د الطيب عيساوي (جامعة جيجل) *tabiscience@gmail.com*

ملخص:

تهتم المدونات الالكترونية بعرض الأفكار والخبرات الخاصة بأصحابها، فهي تستقطب فقط من يهمه محتويات هذه المدونات ويجد فيها كل ما يريد الحصول عليه من معلومات وآراء. وهنا تظهر قيمة التدوين الرقمي حيث أن جمهور هذا النوع من المواقع يتصف بالانتقائية والإدراك في بلوغ مصادر المعرفة المختلفة، وبما أن المرأة مكون أساسي من مكونات المجتمع الافتراضي فقد احتلت مكانة محترمة داخل هذا إطار ما يجعلها في مواجهة دائمة مع ماهية المضامين التي تروج لها عبر المدونات الإلكترونية ومدى ملاءمتها مع البيئية الاجتماعية التي تنتمي إليها.

ومنه فإن أهمية هذه المداخلة تتحدد من خلال مجموعة من المؤشرات أهمها طبيعة المعتقدات والرؤى التي تقوم المرأة بنشرها بواسطة هذه المدونات. هذا من جهة ومن جهة أخرى محاولة التركيز على الخلفية السوسيوثقافية للنساء أصحاب هذه المدونات الالكترونية، حيث أن الأولوية القصوى تتمظهر في البحث عن السبل التي تساعد على حماية القيم الاجتماعية من مخاطر العولمة الثقافية عن طريق الاستعانة بالتدوين النسوي المسؤول والواعي بحجم المسؤولية الملقاة على عاتقة وبتالي المشاركة في الحفاظ على الخصائص الحضارية للمجتمعات.

***الكلمات المفتاحية:** المدونات، التدوين الإلكتروني، التدوين النسوي، القيم الاجتماعية.

Abstract

Electronic blogs present the ideas and experiences of their owners, as they only attract those who are interested in the content of these blogs and find all the information and opinions they want to obtain, and here the value of digital blogging appears as the audience of this type of sites is characterized by selectivity and awareness to reach different sources of knowledge, and since women are an essential component of the virtual community, since they occupy a respectable position in this framework, which makes them constantly confronted with what content they promote through blogs and their appropriateness to the social environment to which they belong.

The importance of this intervention is determined by a set of indicators, the most important of which is the nature of the beliefs and visions that women convey through these blogs. On the one hand, and an attempt to focus on the socio-cultural context of the women who own these blogs, on the other hand, as the highest priority appears in the search for ways to help protect social values from the dangers of cultural globalization. through the use of feminist blogs that are responsible and aware of the extent of the responsibility entrusted to them and therefore participate in the preservation of the civilization characteristics of societies.

**** Keywords:** Blogging, Blog Electronics, Blogging féministe, valeurs sociales.*

1- مقدمة

يعتبر التدوين الإلكتروني مظهرا من مظاهر التفاعل الافتراضي الذي حاز على نسب معتبرة من الاستخدام في الآونة الأخيرة، فسابقا كانت عملية التدوين تحتاج إلى تصميم المدونات الخاصة عن طريق إنشاء المواقع الإلكترونية فقط. لكن في الوقت الراهن ومع ازدهار مواقع التواصل الاجتماعي صارت مهمة التدوين أكثر بساطة وفعالية، فامتلاك صفحة فيسبوك أو قناة رقمية على اليوتيوب كافي لولوج عالم

التدوين والنشر الافتراضي، إذ أن هذه الامتيازات فتحت الباب أمام المرأة للمشاركة بقوة في هذه الفعاليات وذلك من خلال عرضها للعديد من الأفكار والمقترحات على شكل فيديوهات وصور أو منشورات تستقطب رواد شبكة الانترنت، لذلك فإن هذا الزخم الذي أحدثته هذه المدونات تجعلنا نعيد النظر في طبيعة ومصدر هذه المحتويات خاصة النسوية منها، والتي أن يجب أن تراعي بصفة أساسية المعايير الأخلاقية والقيم الاجتماعية للبيئة التي ينشط في إطارها التدوين النسوي، فالمردودية الإيجابية للمدونات النسوية تستوجب البحث عن الركائز الواجب توظيفها لخدمة هذا النوع من الأنشطة إضافة إلى تحديد المتطلبات الحقيقة للتدوين النسوي وكيفية استغلاله تربويا وتعليميا بما يحقق النهضة الاجتماعية المأمولة من المرأة باعتبارها المدرسة الأولى لمهارات التعلم الاجتماعي والإنساني.

2- تحديد المشكلة:

يسيطر التدوين الإلكتروني اليوم على المشهد الاتصالي بين البشر فقد صارت أغلب الصفحات الإلكترونية تقريبا منابر للإدلاء بالآراء الشخصية والمعتقدات الدينية والفكرية على نطاق واسع، ولا يمكن الحديث عن انتشار هذه المدونات داخل الحيز الافتراضي دون الإشارة إلى جملة من الأسباب والوسائط التي جعلت من هذه النماذج الإعلامية والاتصالية واقعا ملموسا، والتي تمثلت في اتساع رقعة التواصل السيبراني بين الأشخاص والهيئات وأيضا اشتمال هذه التكنولوجيات على خصائص أهمها التفاعلية ومجانية الاستخدام والاستغلال، فالتدوين الرقمي أضحى يستهوي فئات اجتماعية متباينة عرقيا ولغويا وحتى حضاريا ما يستدعي البحث عن مكانة التدوين الإلكتروني ودوره في التأثير على معايير الثبات الاجتماعي، ومن بين المدونات التفاعلية الرائجة الآن نختص بذكر التدوين الإلكتروني النسوي الذي يحتل مساحة مهمة من فضاءات التدوين والتبادل المعرفي والمعلوماتي على المستوى المحلي والعالمي.

تمثل القيم الاجتماعية الشيفرة الوراثية للمجتمعات حيث تمكننا هذه الملامح الأنثربولوجية من معرفة تاريخ التجمعات الإنسانية وانتماءاتها الجيوثقافية

والعرقية، وتوجد كذلك العديد من القيم الاجتماعية المشتركة بين شعوب المعمورة والمتعارف عليها والتي تم تنظيمها وسنها على شكل مواثيق ولوائح دولية تميز بين الحقوق الانسان والحريات العامة، إلا انه توجد مجموعة معقدة من الطقوس الدينية والعادات الاجتماعية التي يتعذر إدراجها في هذه القوانين والتنظيمات وذلك لاتصالها بجذور إثنولوجية لا يمكن التخلي عنها عند المرجعيات الثقافية والدينية الواسعة، الأمر الذي يجعل من مسألة الحفاظ على القيم الاجتماعية أولوية عند الدول والأنظمة السياسية وكذلك وسائل الاعلام الحكومية والخاصة دون ان ننسى أصحاب المواقع والمدونات الإلكترونية والذين يؤثرون بصورة كبيرة في مجال المجتمعات الافتراضية.

إن استشعار العلاقة بين التدوين الالكتروني النسوي ومسؤولية الحفاظ على القيم الاجتماعية يتطلب التعمق في فهم كافة الظروف والإمكانيات المحيطة بهذه المتغيرات التي تعتبر نظريا مساعدة على حماية المواصفات التراثية للنطاقات السوسيولوجية المختلفة، والتي ستطيل نسبيا من عمر هذا التنوع الثقافي على المستويات الإقليمية والقارية في ظل التهديدات التي تواجه هذا الأرشيف البشري الثمين الذي يعيش حالة من التراجع مقارنة مع الأنماط التي استحدثتها منظومة القولبة الشاملة ومظاهر العولمة الثقافية التي تهدد هذه الكيانات الاجتماعية المتنوعة.

وعطفا على ما سبق ذكره يمكن صياغة التساؤل الرئيسي التالي: **كيف يمكن للتدوين الالكتروني النسوي المحافظة على القيم الاجتماعية؟**

وتندرج ضمنه التساؤلات الفرعية الآتية:

1- هل تهتم المدونات النسوية بمعالجة المواضيع الخاصة بالقيم الاخلاقية في المجتمع؟

2- أين تكمن مسؤولية النساء المدونات في الحفاظ على القيم الاجتماعية؟

3- ما هو مستقبل التدوين النسوي في الجزائر في ظل تحديات العولمة الثقافية؟

وللإجابة على تساؤلات الدراسة تم تقسيم وهيكلة البحث على النحو التالي:

المحور الأول: مدخل مفاهيمي نظري.

المحور الثاني: منهجية البحث.

المحور الثالث: التدوين النسوي وآليات تفعيل الإعلام القيمي في المجتمع.

المحور الرابع: المدونات النسوية ومسؤولية التنشئة الاجتماعية القيمية.

المحور الخامس: مستقبل التدوين الإلكتروني النسوي ومخاطر العولمة الثقافية.

3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا هذه كونها تدرس موضوع القيم الاجتماعية في إطار نظرية الحتمية القيمية والتي صنفت من قبل جمعية الصحافة والاتصال الجماهيري الأمريكية من بين الأفكار الكبرى في القرن الواحد والعشرين، المنسوبة للأستاذ عبد الرحمان عزي، حيث تعتبر هذه النظرية من أهم النظريات التي تدرس متغير القيم وأبعادها التي تناولها في مؤلفه منهجية الحتمية القيمية في الإعلام وتماشيا مع موضوع دراستنا حاولنا اسقاط فروض النظرية على بعض ما تم نشره في مدونات بعض الناشطات النسوية في مجال التدوين في الجزائر محاولين من خلاله معرفة مدى مراعات المرأة للقيم أثناء نشرها وكتاباتها اليومية، ومدى مراعات الرسائل التي يتم نشرها للقيم، وهل استطاعة المرأة من خلال ممارستها للتدوين في الفضاء الافتراضي أن تنشر رسائل ذات قيمة.

4- أهداف الدراسة:

لكل بحث علمي أهداف يسعى إلى تحقيقها من خلال تشريح القضايا التي ترتبط بانشغالات المجتمع، أو أهداف علمية تساهم في وضع تصور حول وقائع الظاهرة محل الدراسة، وتتبع مسارها وتحاول التنبؤ بما لها وما عليها.

وعليه تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الغايات، أبرزها: يتمثل في الاطلاع على التراث العلمي الخاص بممارسة المرأة للفضاء الافتراضي من خلال التدوين وعلاقة تلك الممارسات بالقيم الاجتماعية التي تحكم المجتمعات العربية ومدى مراعات المرأة

أثناء ممارستها للكتابة عبر الفضاء الرقمي للقيم والعادات التقاليد التي تحكم المجتمع، انطلاقا من اعتبار أن هذا الفضاء الجديد كمجال اتصالي جديد يزيد توسيع الجانب التداولي بين المستخدمين ويمكن المرأة من الحضور والتفاعل واسماع صوتها وتقديم ذاتها وقضاياها أمام المجتمع.

كما تسعى هذه الدراسة إلى:

1- التعرف على مدى مساهمة المدونات النسوية بمعالجة المواضيع الخاصة بالقيم الاخلاقية في المجتمع.

2- ابراز مسؤولية النساء المدونات في الحفاظ على القيم الاجتماعية.

3- الكشف عن مستقبل التدوين النسوي في الجزائر في ظل تحديات العولمة الثقافية.

1- المحور الأول: مدخل مفاهيمي نظري

1-1- تعريف المدونة

لغة: هي التعريب الأكثر قبولا لكلمة "blog" التي هي نحت من كلمتي "weblog" وتعني سجل الشبكة. (فيصل أبو عيشة، 2009، ص275-151)

اصطلاحا: عبارة عن دفتر إلكتروني لنشر اليوميات والمواضيع والأحداث تظهر في الصفحة الرئيسية للمدونة، مرتبة ترتيبا تنازليا حسب تاريخ النشر من الأحدث إلى الأقدم، مع رابط لصفحة الأرشيف التي يضم كل المواضيع (التدوينات) السابقة مصنفة حسب التاريخ أو حسب المحتوى، وكل موضوع يحتوى على إمكانية للتعليق تسمح للقراء بالتفاعل مع صاحب المدونة ومناقشته فيما يكتب. (نزهة حنون، 2015، ص113)، كما يرى جمال الرزن أن المدونة عبارة عن صحيفة ذاتية نشطة عبر شبكة الأنترنت، أساسها المزج بين الخفة والبساطة في التصميم والأسلوب، وخفايا الحياة الخاصة لصاحب المدونة. (جمال الرزن، ص166)

1-2- تعريف المدونة الإلكترونية:

يعرف معجم مصطلحات الإعلام (إنجليزي- عربي) المدونات الالكترونية على أنها أحد الخدمات الحديثة التي تتيحها شبكة الأنترنت لمستخدميها والمدونات- blog جمع مدونة- blog وهي وثائق يقوم بكتابتها مستخدمو الأنترنت ويقومون بنشرها على الشبكة من خلال مواقع معينة تستضيف مدوناتهم وهي وسيلة للتعبير عن آرائهم وأفكارهم وتتراوح المدونات ما بين يوميات وخواطر أو تعبير مرسل عن الأفكار، أو انتاج أدبي أو موضوعات متخصصة في مجال التقنية مثلا أو أي مجال آخر، كما تشتمل المدونات كذلك على أخبار ومقالات أو كتب وأشعار ومذكرات وفي بعض الأحيان طرائف ونكات وصور، وقد تحوي دعوات للتظاهر والاعتصام. والمدونات قد تتبع أفرادا معروفين وفي الغالب يقوم المدونون bloggers بكتابة مدوناتهم تحت أسماء مستعارة، وتستخدم بعض حركات المعارضة تلك الوسيلة في تحركاتها للمطالبة بالإصلاح السياسي، أو في تحقيق أهداف انتخابية وحشد التأييد لأعضائها، كما يقوم بعض العاملين في وسائل الإعلام من المحترفين (صحفيين وكتاب متخصصين) مثلا بنشر مدونات كوسيلة غير تقليدية لنشر أفكارهم وتوصيلها إلى جماهير ضخمة بطريقة فورية. (طارق سيد أحمد الخليفي، 2008، ص53)

2.1. تعريف التدوين:

كلمة تدوين هي اسم الفعل من دون يدون بمعنى التسجيل وهو المقابل العربي للكلمة الإنجليزية blogging ويستخدم بمعنى نشر المقالات على الأنترنت من خلال برامج خاصة. (زعيم نجود، 2010-2011، ص8)

1-3- تعريف التدوين الإلكتروني:

عملية تواصلية عبر الأنترنت تشمل جميع الممارسات التي يقوم بها المدون على مدونته الالكترونية بدء بإنشائها إلى إدارتها عبر إضافة مواد مختلفة قد تكون نصا،

صورة أو فيديو.... والرد على تعليقات زوارها وهو بذلك يحمل طابعا تواصليا فريدا وبعدا اجتماعيا مميزا كما قد يحمل بعادا أخرى تتوافق مع الهدف من التدوين. (زعيم نجود، 2010-2011، ص10)

1-4- التدوين النسوي

تري الدكتورة سامية جباري أن التدوين النسوي هو نوع من التخلص من الوصايا وشكل من أشكال تحقيق الذات، فالمرأة باعتبارها لاتزال تعاني التهميش نوعا ما اجتماعيا فهي الأكثر تحفيزا لتحقيق ذاتها بالتدوين وغيره، والمرأة بطبعها عاطفية تملك مشاعر وتحب أن تتحدث عنها سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فالتدوين وسيلة للكتابة ولخروج المشاعر والكلمات سواء باليوميات أو الخواطر. (دريم فاطمة الزهراء،2018، ص180)

1-5- **القيم الاجتماعية**

تعرف **القيم في اللغة** هي جمع (قيمة) من " قوم " و" قام المتاع بكذا" أي تعدلت قيمته به. والقيمة " الثمن الذي يقوم به المتاع، أي يقوم مقامه، والجمع (القيم) مثل سدرة وسدر، وقومت المتاع جعلت له قيمة معلومة" القيم values هي مجموعة العادات والأعراف ومعايير السلوك والمبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس أو جماعة أو فرد. (خلد منصر، 2015، ص134).

اصطلاحا: هي عناصر بنائية تشتق من التفاعل الاجتماعي، الذي يتم بداخل الجماعات الاجتماعية، وهنا نلاحظ أن التوجيه القيمي للسلوك الفردي أو الجماعي، هو نتيجة وجود تركيب ينبه إلى ضرورة الملاءمة بين الحاجات والقيم والاتجاهات وبين البيئة التي تفرض وجوب تحقيق الأهداف الثقافية. (مختاري عبد النور، 2015، ص20)

✓ **أنواع المدونات الإلكترونية:**

❖ **المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الرو ابط التشعبية (link blogs):** تعتبر المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الوصلات التشعبية (weblink logs) أول أنواع المدونات الالكترونية التي تم نشرها على شبكة الأنترنت، ومن هنا جاء اسم المدونة الالكترونية (weblog)، ويحتوي هذا النوع من المدونات على العديد من الروابط لمواقع الأنترنت التي يرى صاحب المدونة أنها تستحق الزيارة اضافة إلى وصف مختصر للموقع المشار اليه بالرابط.

❖ **المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات اليومية (online diaryblogs)**، تتناول هذه المدونات الحياة اليومية لمالكها: ماذا فعل وماذا دار في خلده ذلك اليوم، ولا تحتوي هذه المدونات بضرورة على روابط لمواقع إلكترونية أخرى.

❖ **المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المقالات (article blogs):** يمكن أن يحتوى هذا النوع من المدونات على عرض وتعليقات على الأخبار والأحداث، أخبار وتقارير، وهي عادة ما تكشف قدر أقل من الحياة اليومية لكاتبها من المدونات الإلكترونية التي تحتوى على المذكرات.

❖ **المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الصور (photo blogs):** يحتوى هذا النوع من المدونات على الصور، مثل "صورة اليوم" وغيرها.

❖ الروابط المرجعية (trackback) و(bingback): وتعتبر روابط لمواقع أخرى تشير إلى المقالة الخاصة بك.

❖ تتميز خدمات التدوين بإمكانية استخدامها من أي مكان يمكن الوصول منه إلى شبكة الإنترنت، حتى أن بعض الخدمات تمنحك إمكانية التدوين عن طريق ارسال رسالة عبر الهاتف المحمول، ويكمن الجانب السلبي لخدمات التدوين في أنك لا تمتلك القيود على حاسوبك الخاص بك إلا إذا قمت بنسخها بشكل منفصل عليه، حيث يعنى ذلك أنه في حال كانت قيودك فقط على الخادم الخاص بمزود خدمة التدوين وتم فقدانها من هناك لسبب ما فإنك ستفقد قيودك إلى الأبد، لأنك لا تمتلك

نسخة احتياطية منها على حاسوبك الشخصي. (عبد العظيم صبري، 2016، ص 173،172)

2-المحور الثاني: منهجية البحث.

2-1- منهج وأداة الدراسة:

يعد هذا البحث دراسة نظرية وقد استخدام الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي وهو طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، ويتم استخدام ذلك في تحديد نتائج البحث.

(**https://www.mobt3ath.com/dets.php?page=185**)

حيث اعتمدنا في هذا البحث على الملاحظة العلمية البسيطة وتعتبر الملاحظة واحدة من أدوات جمع البيانات حيث تقوم على جمع المعلومات عن طريق مراقبة عينة مجتمع الدراسة، وملاحظة مختلف السلوكيات، دون اخفاء أي عنصر أو إهماله، حيث يتم من خلال هذه الأداة دراسة العينة دراسة شاملة وتحليلها للحصول على النتيجة التي يهدف البحث لمعرفتها.

2-2- المقاربة النظرية المعتمد في الدراسة:

أما فيما يتعلق بمنظور الدراسة فقد ركز الباحث على استخدام نظرية الحتمية القيمية للمفكر عبد الرحمن عزي والتي تعتبر من أنسب المنظورات لإشكالية هذا البحث وأكثرها ملائمة، باعتباره تنظر للمجتمع والإعلام ومختلف المكونات والهيئات كشبكة من العلاقات الاجتماعية، فهذه النظرية تنطلق من افتراض أساسي يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تنبع أساسا من المعتقد، ولذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت محتوياته وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابيا وبالمقابل يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر، ويعتبر مفهوم السالب والموجب من بين المفاهيم الجديدة التي

قدمها عبد الرحمن عزي بالإضافة إلى المخيال الإعلامي في مقابل الرأي العام، والزمن الإعلامي، والرأسمال الإعلامي الرمزي، والوضع والخيال "والتمعقل" (من استخدام العقل) وفعل السمع والبصر والبنية القيمية وغيرها، وهي بمثابة مباحث فرعية يرتكز عليها النسق الكلي في هذه النظرية. (عبد الرحمن عزي، 2003، ص112)

أما أهم الركائز -المبدئية- التي تقوم عليها النظرية فتتمثل حسب عبد الرحمن عزي في:

- أن يكون الاتصال نابعا ومنبثقا من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع.
- أن يكون الاتصال تكامليا؛ فيتضمن الاتصال السمعي البصري، والمكتوب والشفوي الشخصي، مع التركيز على المكتوب لأنه من أسس قيام الحضارات.
- أن يكون الاتصال قائما على مشاركة واعية من طرف الجمهور المستقبل لا أن يكون أحاديا متسلطا.
- أن يكون الاتصال دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تدفع الإنسان والمجتمع إلى الارتقاء والسمو. (عبد الرحمن عزي، 2003، ص143-144)

المحور الثالث: التدوين النسوي وآليات تفعيل الإعلام القيمي في المجتمع.

استطاعت المدونات الالكترونية بفضل الخصائص التي تميزها عن باقي وسائل الإعلام الأخرى أن تلج العديد من الميادين والمجالات الحياتية وأن تؤسس لنفسها فضاء افتراضيا مستقلا عن الواقع الاجتماعي الذي يعيشه الأفراد لكنها تحتفظ بالمقابل بالكثير من مظاهر الحياة الاجتماعية المألوفة من خلال علاقات الصداقة والتفاعل والتعاون وتقاسم العديد من الهموم والاهتمامات وبالتالي اعتبرت مجتمعا قائما بحد ذاته إن الفضاء التدويني هو مجتمع أين تتعدد العلاقات بين الأفراد المدونين وهذا المجتمع لديه بالطبع قواعده وقوانينه الخاصة فضلا عن القوانين غير الرسمية لكن مع الوقت تختفي هذه الخصوصية ويصبح استخدام المدونات أكثر اجتماعيا وعمومية من ذي قبل.

ان ما يميز المدونات الإلكترونية اتاحتها لخاصية التفاعل، فالأهمية التي تقدمها هذه الخاصية لا يقتصر على تأطير كل الأنشطة المشتركة بين المدونين بل يتعاظم دوره في قدرته على تشكيل أنساق اجتماعية خاصة قد لا تختلف كثيرا عن الأنساق الاجتماعية التي تتشكل من خلال العلاقات والروابط بين أفراد الأسرة الواحدة.

كما تمثل المدونات أحد أهم تمظهرات ثقافة جديدة تتشكل في الأنترنت، وقوام هذه الثقافة الجديدة التشارك والتفاعل والحوار والتبادل ورمزها الفرد المغمور الذي تحول إلى فاعل نشط يمارس حق الكلام والكتابة والحديث في فضاء عمومي كانت تحتكره النخب، وأصبح الآن مجالا واسعا لكل الفئات ولعل أهم هاته الفئات الفئة النسوية، حيث يمثلن جزءا هاما من فئة المدونين الذين يستخدمون التدوين للتعبير عن آرائهم في مختلف المجالات ويعبرن عن عالمهن الخاص بكل حرية وطلاقة، ومن هذا المنطلق فإن المدونات تطرح شرعية الأنماط الإعلامية والتواصلية الجديدة ومسألة تحديث المجتمعات العربية ومكانة القيم الثقافية الجديدة، وهذا ما يبرز دور التدوير في إعادة تشكيل القيم الثقافية التي تحكم الفضاء العمومي وخاصة تلك التي تتعلق للحدود الفاصلة بين العام والخاص. (الصادق الحمامي، ص15)

ويرى الصادق الحمامي أن المدونات النسائية تتسم بالإضافة إلى عددها الهام نسبيا بطبعها الحميمي والشخصي بالرغم من أن بعض المدونات تثير مسائل سياسية، كما يرى أن هذه المدونات لا تقتصر على فئة معينة من النساء، بل نجد تباين في توجهاتها الايديولوجية والفكرية. حيث تمثل المدونات عالما جديدا للمرأة فيه حضور خاص، فالمدونات النسائية تعكس صورة مختلفة عن النماذج النمطية التي تتداولها النخب حول المرأة تلك الخاضعة لحداثة شكلانية (والتي تختزلها صورة المرأة - الجسد) أو تلك الملتزمة بالتقاليد الفاضلة (والتي تختزلها صورة المرأة المحترمة التي تلتزم بالقيم الثقافية الأصيلة). (الصادق حمامي، ص17)

كما يرى الباحثين مزن وأمل أن الرسالة التي تقدمها المدونات الصفحات النسوية عادة لا ترضي عدد كبير من مستخدمي الواقع الافتراضي والتي تجعلهم يبقوا متابعين

للمدونات والصفحات النسوية، فالطبيعي لمستخدمي الأنترنت في العادة هم يبحثون عن مادة للضحك أو التسلية أو أخبار تخص الرياضة أو الرأي العام، قليل من مستخدمي الأنترنت يبحث أو يقرأ أو يظل متابع لمدونات تبعث برسائل اجتماعية قد تهدد أحيانا مصالحه الأبوية، لذا مطلوب عدد ضخم من القراء للإنفاق على مثل هذه المدونات أو الصفحات أو الحراك النسوي، النسائي، والعديد من الصفحات والمدونات لا تردن رعاية من الشركات التي تتناقض مع رسالتها، ولا تردن بيع عناوين البريد الإلكتروني الخاص بقرائها المخلصين للشركات. (مزن حسن، أمل المهندس، 2016، ص 68)

المحور الر ابع: المدونات النسوية ومسؤولية التنشئة الاجتماعية القيمية.

ان أهم ما يميز المدونات أنها وسيلة جديدة للاتصال تخدم التدوين النسوي بشكل أو بآخر خاصة في ظل التقاليد والعادات التي تقيد المرأة العربية عامة وثقافة الممنوع والحجر على إمكاناتها وإبداعاتها، ففي المدونات غالبا ما تدار وتحرر من شخص واحد أو مجموعة، وبالإمكان الافصاح عن معلوماتها واسمها أو تجاهل الأمر والاكتفاء بالرمز أو بأسماء مستعارة، فكما كانت بعض الكتابات الأوائل يكتبن بأسماء مستعارة خوفا من تقاليد مجتمعاتهن أو خوفا من معرفتهن فإن المدونة تتيح الكتابة بدون اسم أو تحت أسماء رمزية ما يهم هو اتاحة متسعا أكبر من الحرية للتعبير عن الرأي والصراحة ونزع الخوف والتردد.

نقلا عن موقع: http://musawasyr.org/?p=2538

ان خصوصية المجتمعات العربية ونظرتها للمرأة خصوصا ودورها في المجتمع يلعب دورا كبير في ردعها من ممارسة بعض النشاطات التي يعتبرها المجتمع العربي خاصة بالرجل، فنظرة المجتمع للمرأة لم تتغير رغم التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا ورغم تطور مستواها التعليمي إلا أن نظرة المجتمع للمرأة بقت محدودة ولازال ينظر اليها سيدة منزل، فلا يمكننا انكار أهمية المرأة كأحد العناصر الفاعلة في تربية النشأ، ورغم هذه النظرة ونحن هنا لا نعمم حكمنا حول نظرة المجتمع للمرأة إلا أن بعض النساء في الآونة الأخير استطعن أن يبرزن وينافسنا الرجال في الفضاء

الافتراضي ورغم التضييق والتحرش الذي تتعرض له النساء سواء المالكات لمدونات أو لصفحات عبر الفاسبوك أو المناضلات إلا أننا لمسنا بصمتهن في العديد من المحافل والتظاهرات العالمية وحتى الوطنية واستطعن أن يكتبن أسمائهن في الفضاء العمومي الرقمي، ويبقى الاشكال هنا حول مدى مراعات المرأة للقيم ومعايير الأخلاقية أثناء طرحها ومناقشتها لقضايا سياسية مثلا أو مواضيع اجتماعية كانت لها الدور الكبير في تحريك الرأي العام وغيرها من المواضيع الحساسة والتفاعلية، فهل استطاعة المرأة أن تعبر عن رأيها سواء بالكتابة من خلال حائط المدونة الخاص بها، أو من خلال تطبيقات الشبكة العنكبوتية اليوتيوب وغيره وذلك بنشر مقاطع فيديو تحاول من خلاله اثراء الموضوع دون المساس بالعادات والتقاليد المجتمعية.

فقد أتاحت الشبكة العنكبوتية مساحات كبيرة للنساء للتعبير عن آراؤهن ومعاناتهن و أفكارهن وعن توجهاتهن أيضا، بعضهن يدركن تماما أنها فرصة مهمة للاستثمار فعبرت مدوناتهن عن وجودهن الانساني والفكري والوطني، وبعضهن يحاولن أن يسجلن كلماتهن تعبيرا عن أفكار غير متبلورة بعد فتجدهن يكتبن نثرا وخواطر تعبر عما يدور في خوالج أنفسهن في أوقات معينة.

نقلا عن موقع:

http://wonews.net/ar/index.php?act=post&id=371

وفي هذا الصدد وبغض النظر عن بعض المدونات الاتي يعملنا على احداث تغيير في المجتمع من خلال نشرهم لمواضيع التوعية وغيرها من المواضيع التي تعمل على المحافظة على صحة الأفراد وسلامتهم، يوجد بعض المدونات من النساء والتي انتشرت بشكل كبير عبر موقع اليوتيوب من ممثلات وحتى عارضات أزياء وغيرهم من النساء المقيمات خارج دولة الجزائر والتي أصبحنا خطر على المجتمع وذلك من خلال المضامين المنحطة والبعيد عن قيمنا وأخلاقنا والتي أصبحت تنشرها هاته الفئة من المدونات بغية تثقيف وتوعية المرأة ببعض الأمور المتعلقة بالعلاقات الزوجية وكيفية التعامل مع شريك حياتها وغيرها من المواضيع التي أصبحت تنتشر وبكثرة في قناة اليوتيوب الخاصة

بالمدونة. وهنا كان لابد الوقوف على بعض المخاطر التي قد تترتب على مثل هاته الممارسات من قبل بعض المدونات النسوية والتي أصبحن خطر على الفتيات المراهقات بدرجة الأولى، كما أن نسبة مشاهدة أغلبهن مرتفعة وتفاعلهنا مع هاته المواضيع كبير جدا مما أدى إلى ارتفاع حالات الطلاق خاصة وانا معظم المدونات النسوية تحرض على ترك الرجل والعيش بكرامة.

المحور الخامس: مستقبل التدوين الإلكتروني النسوي ومخاطر العولمة الثقافية.

باتت شبكة الأنترنت مختبرا لقيادة الحركات فالنساء أصبحنا أكثرا تحررا، حيث ساعد التدوين الالكتروني المرأة في: (مزن حسن، أمل المهندس، 2016، ص74)

- كيفية حشد الجماهير والتعامل مع القاعدة العضوية/ جمهور القراء
- كيفية التخطيط للفعاليات
- كيفية وضع استراتيجية اعلامية
- كيفية صياغة الرسائل
- كيفية حشد الأموال
- كيفية التعامل مع الخلافات، والانتقاد، والفشل، والإحباط.
- كيفية التعامل مع المواقف بمرونة
- كيفية تقديم يد العون للأقران.

وتشير المدونة أمينة عمروش صاحبة مدونة "زهرة عياش، "المدونات الجزائرية فضاء للحريات " أن العنصر النسوي حاضر في التدوين الجزائري رغم قلته، والمدونات الجزائريات 124 "يلجأن إلى استعمال أسماء مستعارة نظرا لطبيعة المجتمع الجزائر. (لمياء بن عمارة، 2014-2015، ص85)

فالتدوين العربي عموما يتميز بطغيان العنصر الرجالي وقلة العصر النسوي حيث تبين دراسة أجرتها جامعة هار فارد حول التدوين العربي أن أعلى نسبة مدونات إناث موجودة في التكتل السوري بنسبة 13 بالمائة وعلى عكس الدول الغربية، تشير

المدونين والتكتل السوري يشمل سوريا ولبنان والأردن وفلسطين الإحصائيات في فرنسا مثلا، إلى أن النساء يمثلن 54 بالمائة من المدونين، كما أن أغلب المدونين في المجال الأدبي نساء يستخدمن المدونات للكتابة الأدبية الصرفة أو للنقد الأدبي، كما ذكر المدون المغربي سعيد بن حبلي أنه وجد صعوبة كبيرة في تناول موضوع المدونات الجزائرية عندما أراد الكتابة عنها ويقول :" اعترضتني صعوبة في العثور على مجمع أو فهرس إلكتروني أو دليل خاص بالمدونات الجزائر". (لمياء بن عمارة، ص85)

نتائج الدراسة:

- أغلب المدونات النسوية في الجزائر تهتم بعرض ومناقشة المواضيع النسوية الضيقة كالصناعات التقليدية والأنشطة المنزلية كالطبخ وإعداد الحلويات وكذلك المشكلات العائلية الخاصة.

- الملاحظ في التدوين الالكتروني النسوي في الجزائر هو طغيان المحتويات الترفيهية الغير تعليمية، إضافة إلى كثرة الاهتمام بالموضة والألبسة العصرية على الحساب المسائل القيمية والأخلاقية الخاصة بالمجتمع.

- الكثير من المدونات النسوية في الجزائر تساهم بنسب ضئيلة في تحقيق التنمية المستدامة بكافة أبعادها (خاصة ميادين التنمية البشرية).

- لا تحظى النماذج الايجابية للتدوين النسوي في الجزائر بتغطية وسائل الإعلام التقليدية العامة والخاصة إلا في إطار الفعاليات الثقافية والإعلامية في المجتمع.

- النساء المدونات في الجزائر لا ينقلون الواقع الاجتماعي كما هو بل في الكثير من الأحيان يحاولن إعطاء صياغة مغايرة لما هو معروف، وذلك من خلال استنساخ صور اجتماعية أجنبية عن بيئة الاجتماعية الجزائرية وهذا من أجل استقطاب أكبر قدر ممكن من المتابعين والمعجبين بهذه المدونات.

- آلية التدوين النسوي كأسلوب لخدمة القيم الاجتماعية والتربوية لا تزال غير معروفة نوعا ما في أوساط المدونين الجزائريين خاصة عند النساء منهم.

التوصيات:

- التعجيل باستغلال المدونات النسوية في المجالات التربوية والتعليمية (نظرا لكثرة مرتاديها ومتابعيها)، الأمر الذي يسمح بأخلقة مضامين الفضاء الافتراضي.

- تشجيع مظاهر التدوين النسوي الإيجابي والأخلاقي بهدف مواجهة مخاطر التزييف والتضليل داخل منظومة التفاعل الالكتروني.

- ضرورة مرافقة المدونات النسوية الهادفة وتدعيمها بما يضمن الفعالية في حماية القيم الاجتماعية على المدى الطويل.

- العمل على إنشاء المنصة الوطنية للمدونات من أجل رصد الأنشطة التفاعلية القيمية وتنظيمها، وذلك من أجل الاستفادة من خبرات القائمين عليها خاصة النساء منهم، وهذا من خلال فتح مجالات الحوار والنقاش حول القضايا التربوية والأفكار المستحدثة في ميادين التربية والحفاظ على القيم الإنسانية.

الخاتمة:

تتحدد وظيفة التدوين النسوي عندما تشارك المرأة في حل المعضلات الاجتماعية التي تهدد مظاهر الانسجام الاجتماعي وذلك عن طريق البحث في ميدان الموارد البشرية ومحاولة استغلالها أخلاقيا بما يخدم الانسان بدرجة الأولى، ومن أهم المقترحات التي تم تقديمها كحلول وبدائل نذكر مفهوم التدوين النسوي القيمي والذي سيقلل من تنامي المؤشرات السليبة في المجتمعات وبالتالي تساهم في الحفاظ على المكتسبات الحضارية للإنسان، فبلوغ مراتب التقدم على كافة المستويات يتطلب تفعيل آلية التنمية الثقافية المستدامة بكافة أطيافها وأنواعها الاجتماعية والتي ستساعد على تجنيب الخصائص التراثية الوقوع في فخ التنميط والعولمة الثقافية والتي تحاول كمنظومة القضاء على التنوع الثقافي حول العالم.

قائمة المراجع:

- جمال الرزن. (2007). المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، نقلا عن موقعhttps://www.academia.edu/29217647

- خلد منصر.(نوفمبر 2015). دور الإعلام الجديد في تعزيز قيم المواطنة، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد الأول، الجزائر.
- زعيم نجود، (2010-2011)، التدوين الإلكتروني في الجزائر الواقع والتحديات دراسة وصفية ميدانية مع عبنة من المدونين الجزائريين، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة (مكتوبة وسمعية بصرية)، قسم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة.
- دريم فاطمة الزهراء.(ديسمبر2018). التدوين الإلكتروني والمرأة الجزائرية. الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية. العدد 8.
- عبد العظيم صبري، 2016، استراتيجيات وطرق التدريس العامة والإلكترونية، متاح على الرابط https://books.google.dz/books?
- عبد الرحمن عزي. (2003). دراسات في نظرية الاتصال؛ نحو فكر إعلامي متميز. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- صادق حمامي، عالمهن المنكشف المدونات النسائية العربية، متاح على الرابط: - https://staffsites.sohag
- طارق سيد أحمد الخليفي،(2008)، معجم مصطلحات الإعلام، ط1، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- لمياء بن عمارة.(2014-2015). الاستخدامات المهنية للمدونات الالكترونية في الجزائر- دراسة مسحية لعينة من صحفيي مؤسسة النهار الاعلامية-، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال ولغة، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم- قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية.
- فيصل أبو عيشة، (2009)، الاعلام الالكتروني، ط1، عمان :دار أسامة للنشر والتوزيع.

- مختاري عبد النور.(ديسمبر2015).القيم الاجتماعية وتداعياتها وتأثيرها في السلوك الإجرامي. دراسات اجتماعية، المجلد3، العدد3.

- مزن حسن، أمل المهندس. (2016). دليل ارشادي للدراسات النسوية، نظرة للدراسات النسوية.

- **المو اقع الإلكترونية:**

- ميدل ايست اونلاين، المرأة العربية بين المدونات النسائية والصحافة الإلكترونية، تاريخ الاتاحة 2021/03/23، متاح على الرابطhttp://musawasyr.org/?p=2538

- هداية شمعون، المدونات النسوية نقطة ضوء وآخر في الظلام... الإعلاميات نموذجا، تاريخ الاتاحة 2021/03/23، متاح على الرابط

- **http://wonews.net/ar/index.php?act=post&id=371**

- تاريخ الاتاحة، 2021/03/24، متاح على الرابط، **https://www.mobt3ath.com/dets.php?page=185**

الفهرس

هذا الكتاب:

يعرض مجمل أعمال ومداخلات الملتقى الوطني الافتراضي:

التدوين الإلكتروني النسوي في الجزائر - تجارب واقعية ورؤى مستقبلية، المنعقد بجامعة أم البواقي يومي 27 و 28 جوان 2021.

الملتقى تم تنظيمه من طرف فرقة البحث " المرأة الجزائرية والفضاء المدوناتي المرئي" بقسم العلوم الإنسانية - كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية.

ISBN: 978-9931-9727-0-9
2021